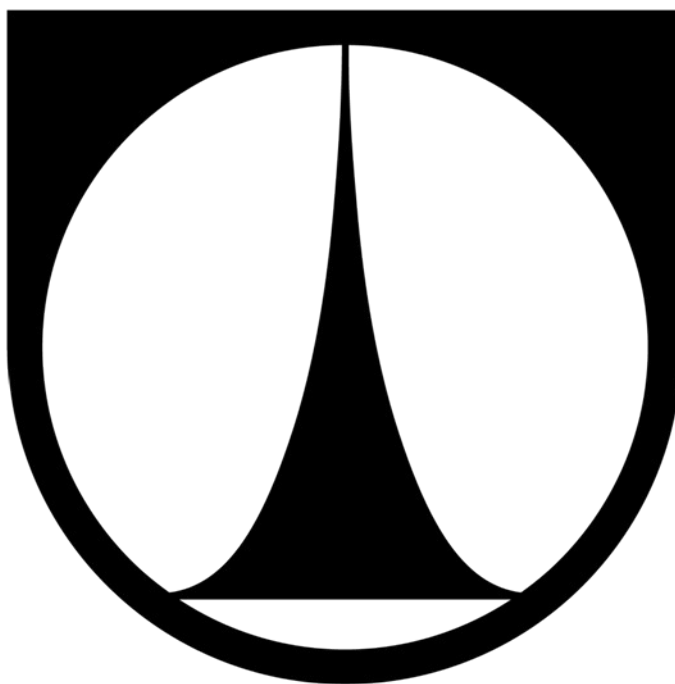


TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta



DIPLOMOVÁ PRÁCE

2013

Bc. Zuzana Kolářová

TECHNICKÁ UNIVERZITA v LIBERCI

Ekonomická fakulta

Studijní program: N6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: Podniková ekonomika

Projekt Optimalizace veřejné linkové dopravy, oblast Frýdlantsko ve firmě Korid

**The project Optimization of public transport in the Frydlant area in
Korid company**

DP – EF – KPE – 2013 – 32

Bc. Zuzana Kolářová

Vedoucí práce: Ing. Maršíková Kateřina Ph.D., katedra podnikové ekonomiky

Konzultant: Bc. Jan Štoček, KORID LK, spol. s r.o.

Počet stran: 105

Počet příloh: 5

Datum odevzdání: 10. 5. 2013

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci, 10. května 2013

Vlastnoruční podpis

Anotace

Tato diplomová práce je zaměřena na veřejnou dopravu v oblasti Frýdlantska, konkrétně na projekt *Optimalizace veřejné linkové dopravy, oblast Frýdlantsko ve firmě KORID LK*, která zastupuje a realizuje dopravní zájmy kraje. Práce je strukturována od teoretické části vysvětlující projektové řízení, přes seznámení s firmou KORID LK a jejími činnostmi po charakteristiku vybraného projektu představující výchozí bod praktické část, kde se nalézají hlavní cíl práce. Jedná se o analýzu a hodnocení projektu vycházející z dotazníkového šetření jako nástroje pro zjištění potřebných informací. Hlavním výstupem práce jsou pak navrhované změny pro zlepšení dopravní situace na Frýdlantsku.

Klíčová slova

Projekt, projektové řízení, dotazníkové šetření, komunikace, spokojenost cestujících, veřejná doprava, Frýdlantsko, informace

Abstract

This master thesis is focused on public transport in the area Frýdlantsko, specifically on the project Optimization regular public transport company in the area Frýdlant done by KORID LK company, which represents the interests of traffic and implements them in the region. Structure of the work starts with explaining the theoretical part of the project management, than familiarize with KORID LK company and its activities especially with the selected project, which is the starting point for the practical part. In this section we can find the main aim, which is the analysis and evaluation of the project based on the survey as a tool to gain necessary information and subsequently propose changes and improvements in public transport in the Frýdlantsko area, that are the output of the whole work.

Key Words

Project, project management, questionnaire survey, communication, customer satisfaction, public transport, Frýdlantsko, information

OBSAH

SEZNAM ILUSTRACÍ.....	10
SEZNAM TABULEK.....	11
SEZNAM ZKRATEK.....	12
ÚVOD.....	13
1 TEORETICKÁ ČÁST.....	14
1.1 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ.....	14
1.1.1 Úvod.....	14
1.1.2 Charakteristiky a definování projektového řízení.....	15
1.1.3 Projekt.....	16
1.1.4 Logický rámec.....	18
1.1.5 Zainteresované strany.....	20
1.1.6 Proces řízení projektů.....	22
1.1.7 Rizika projektového řízení.....	23
1.1.8 Financování projektů.....	25
1.1.9 Vyhodnocení projektu.....	25
1.2 PROPAGACE a INFORMACE.....	27
1.2.1 Propagace.....	27
1.2.2 Informace.....	29
1.2.3 Techniky sběru informací.....	30
1.2.4 Tvorba dotazníků.....	32
2 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ V ORGANIZACI KORID LK.....	35
2.1 ORGANIZACE KORID LK.....	35
2.2 REALIZOVANÉ PROJEKTY	37
2.2.1 Projekt tarifní integrace (vytvoření IDS IDOL).....	37
2.2.2 Jizerskohorská železnice.....	39
2.2.3 LUISE.....	40
2.2.4 Librail – železnice v Libereckém kraji v roce 2030.....	41
3 PROJEKT - Optimalizace veřejné linkové dopravy, oblast Frýdlantsko.....	42
3.1 CHARAKTERISTIKA PROJEKTU.....	43
3.1.1 Situační analýza a důvody realizace projektu.....	43

3.1.2 Cíle projektu.....	43
3.1.3 Principy a zásady projektu.....	44
3.2 FRÝDLANTSKO.....	46
3.2.1 Vymezení oblasti.....	47
3.2.2 Obyvatelstvo.....	48
3.2.3 Hospodářství, průmysl a nezaměstnanost.....	49
3.2.4 Cestovní ruch	50
3.2.5 Infrastruktura a dojížd'ka.....	50
3.2.6 SWOT analýza oblasti	51
3.3 PRŮBĚH PROJEKTU.....	52
3.3.1 Důvody a cíle optimalizace.....	53
3.3.2 Analýza Frýdlantska.....	55
3.3.3 První návrh jízdního řádu.....	59
3.3.4 Seznámení obcí s konceptem a navrhovanými změnami.....	59
3.3.5 Upravený návrh Optimalizace a opětovné seznámení obcí s konceptem.....	60
3.3.6 Informačně-marketingová kampaň.....	60
3.3.7 Realizované změny a novinky po Optimalizaci.....	61
4 ANALÝZA A HODNOCENÍ POMOCÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	64
4.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ FIRMY KORID LK.....	64
4.1.1 Způsob dotazování.....	65
4.1.2 Specifikace respondentů.....	66
4.1.3 Konstrukce otázek.....	66
4.2 VLASTNÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	69
4.2.1 Způsob dotazování.....	70
4.2.2 Specifikace respondentů.....	70
4.2.3 Konstrukce otázek.....	71
4.2.4 Pilotáž.....	72
4.2.5 Vyhodnocení dotazníku.....	72
5 ZJIŠTĚNÉ PROBLÉMY A NÁVRHY NA JEJICH ŘEŠENÍ.....	82
5.1 Informace.....	82
5.2 Marketing	84

5.3 Problémová doprava.....	86
5.4 Cestovní ruch – cestujeme za hranice.....	88
5.5 Další problémy a jejich řešení.....	89
ZÁVĚR.....	93
Seznam použité literatury.....	95
Seznam příloh.....	99

SEZNAM ILUSTRACÍ

Obr. 1	Grafické pojetí trojimperativu.....	18
Obr. 2	Houpačka kvality.....	18
Obr. 3	Matice analýzy vlivu zainteresovaných stran.....	22
Obr. 4	Postup spolupráce s zainteresovanými skupinami.....	23
Obr. 5	Organizační schéma.....	37
Obr. 6	Rozdělení oblasti do tarifních zón.....	40
Obr. 7	Mapa správního obvodu Frýdlant.....	48
Obr. 8	Vývoj počtu obyvatel ve městě Frýdlant v období 1869-2011.....	49
Obr. 9	Vývoj nezaměstnanosti ORP Frýdlant.....	50
Obr. 10	Dojíždějící zaměstnanci a studenti v oblasti Frýdlantska.....	52
Obr. 11	Železniční tratě Frýdlantska.....	57
Obr. 12	Autobusové a železniční linky na Frýdlantsku po Optimalizaci.....	63
Obr. 13	Návratnost dotazníků.....	67
Obr. 14	Frekvence cestování.....	69
Obr. 15	Používané dopravní prostředky.....	69
Obr. 16	Struktura dotazovaných obyvatel.....	75
Obr. 17	Znalost a vlastnictví karty Opuscard.....	76
Obr. 18	Srovnání využívanosti karty Opuscard v rámci dvou dotazníkových šetření.....	77
Obr. 19	Vlastnictví karty Opuscard v rámci 3 skupin cestujících.....	77
Obr. 20	Znalost využití karty Opuscard – srovnání 1. a 2. dotazníkového šetření.....	78
Obr. 21	Spokojenost s četností a časy spojů.....	79
Obr. 22	Seznámení s Optimalizací a způsoby zisku informací.....	81
Obr. 23	Využívání vlakové dopravy a spokojenost s novými vozy.....	82
Obr. 24	Poměr využívaných dopravních prostředků v rámci dvou dotazníkových šetření.....	86

SEZNAM TABULEK

Tab. 1	Logický rámec projektu.....	20
Tab. 2	Čtení logického rámce projektu.....	21
Tab. 3	Komunikační mix.....	29
Tab. 4	SWOT analýza města Frýdlant.....	53
Tab. 5	Sběr dotazníků po obcích.....	74
Tab. 6	Srovnání výsledků používání karty Opucard v rámci 2 dotazníkových šetření. .	76
Tab. 7	Srovnání dat o dojíždějících od firmy KORID LK a ČSÚ.....	84
Tab. 8	Shrnující tabulka jednotlivých problémů a návrhy jejich řešení.....	92

SEZNAM ZKRATEK

DC.....	Dispečinkové centrum
ERDF.....	Evropský fond regionálního rozvoje
IDS.....	Integrovaný dopravní systém
ISIC.....	International Student Identity Card
IPMA.....	International Project Management Association
KORID LK.....	Korid Libereckého kraje
ORP.....	Obec s rozšířenou působností
PHM.....	Pohonné hmoty
PMI.....	Project Management Institute

ÚVOD

Diplomová práce je věnována veřejné dopravě v oblasti Frýdlantska, konkrétně analýze a hodnocení projektu Optimalizace veřejné linkové dopravy, v rámci něhož byla provedena řada změn a novinek se snahou nalézt optimální řešení dopravy s ohledem na přání a potřeby cestujících. Projekt byl realizován firmou KORID LK, jejímž zřizovatelem je Liberecký kraj, který se prostřednictvím ní snaží uskutečňovat své dopravní zájmy, jenž z velké části také financuje.

Primárním důvodem vybrání tématu byla jeho praktičnost, tedy snaha přinést firmě vypovídající informace o momentálním stavu dopravy a spokojenosti cestujících, které nezůstanou pouze obsahem této práce, ale budou následně firmou využity. Vzhledem k faktu, že veřejná doprava se týká širokého spektra obyvatel a tento konkrétní projekt byl realizován v oblasti Frýdlantska, které je i mým bydlištěm, stala se tato východiska dalším důvodem zpracování tématu. Zajímala mne doprava v oblasti a spokojenost cestujících s následnou snahou navrhnout změny a poskytnout připomínky a podněty, které by do budoucna mohly zlepšit situaci v dopravě.

Práce je členěna na pět základních částí. První část se týká teoretického definování projektu a projektového řízení se zapojením dotazníkového šetření jako nástroje pro získání potřebných informací. Druhá část seznamuje s firmou KORID LK jako realizátorem Optimalizace. Součástí je také definování typu a struktury firmy s krátkým popisem několika již realizovaných či stále probíhajících projektů.

Hlavní část práce popisuje samotný projekt Optimalizace, jeho jednotlivé kroky a postupy. Primárním cílem se tedy stalo nalezení zásadních problémů či nedostatků ve veřejné dopravě na Frýdlantsku, které vycházely z aplikace dotazníkového šetření. Závěrečným krokem pak byly návrhy na jejich řešení.

1 TEORETICKÁ ČÁST

Teoretická část diplomové práce je věnována převážně projektovému řízení, definování základních pojmů jako je projekt či projektové řízení, dále určení základních kroků, rizik a hrozeb spojených s tematikou. Nedílnou součástí je také oblast věnovaná zainteresovaným skupinám a komunikaci s nimi. Vzhledem k využití marketingového nástroje dotazníku, je určitá oblast věnována i jeho tvorbě a důležitosti pojmu informace. Závěr teoretické kapitoly popisuje propagaci a způsoby marketingové komunikace.

1.1 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ

Projektové řízení je obor sahající daleko do minulosti. Jeho historie by se dala datovat od dob vzniku dělby práce. Za projekt se dají považovat již stavby starověkých chrámů či pyramid a z moderní historie například pražská stavba metra či události jakou je olympiáda. Ač má projektové řízení kořeny v dávné minulosti, jako moderní obor je chápáno krátce. Teprve nedávno se stalo součástí studijních plánů a obsahem knih či internetových stránek.

1.1.1 Úvod

Projektové řízení je jedna ze základních složek a činností managementu firmy. Je manažerskou disciplínou, která vznikla jako paralela k vývoji společnosti a technologií, jež měly za následek jeho rozvoj s počátky v šedesátých letech dvacátého století.

Díky vzniku tohoto oboru dostávají projekty jednotný řád a systém se snahou zefektivnit celou činnost. Cílem projektového řízení je především usnadnit jednotlivé plány postupy,

snížit náklady, zlepšit konkurenceschopnost, zaručit plynulost, jednoduchost a předcházet problémům. Vznik oboru souvisí s dynamicky se rozvíjející společností a neustálou nutností se jí přizpůsobovat. Blízká souvislost je také s rychle se vyvíjející výpočetní technikou, která se stala nedílnou součástí oboru.

Projektové řízení je součástí velkých i malých firem, stejně tak jako ziskových i neziskových. U velkých firem hraje větší a důležitější roli, jelikož se zde často stýká více projektů probíhajících souběžně a bez dobrého řízení či vedení by nebylo možné řadu z nich kvalitně realizovat a vést.

Na trhu lze nalézt řadu firem nabízející poradenství v této oblasti. Během vývoje byly ustanoveny světové normy, vyhlášky a vznikly mezinárodní standardy, které se staly základem veškerého plánování a projektování. V České republice se nachází například mezinárodní organizace IPMA (International Project Management Association), jejíž součástí je tzv. PMI (Project Management Institute) umožňující certifikaci nových projektových manažerů a dává základní standardy a pravidla projektovému řízení.

1.1.2 Charakteristiky a definování projektového řízení

Jedna z definic projektového řízení vychází z anglické knihy Project Management Body of Knowledge. Tato kniha byla vytvořena na základě pomoci a dobrovolnictví samotného mezinárodního institutu, výše zmíněného, PMI. Definice zní následovně: "*The project management system is the set of tools, techniques, methodologies, resources, and procedures used to manage a projects.*". Projektový management je tedy systém nástrojů, technik, metod, zdrojů a procedur k vedení projektů.¹

Dle Dvořáka² může být projektové řízení chápáno dvěma způsoby jako:

- 1 *A guide to the project management body of knowledge: PMBOK® guide.* 3rd ed. 2004, 8. ISBN 1-930699-45X.
- 2 DVOŘÁK, D. *Řízení projektů Nejlepší praktiky s ukázkami v microsoft® offic.* 1. vyd. 2008, 10-12. ISBN 978-80-251-1885-6.

1. Souhrn metod a nástrojů napomáhajících splnění cíle – nebo-li cesta se všemi kroky vedoucími k zefektivnění a splnění cíle.
2. Strategie vedení společnosti. Snaha o její jedinečnost s orientací na konkrétního zákazníka. Jedná se o způsob řízení celé společnosti a ne jen samotného projektu.

Projektové řízení by se, na základě citovaných autorů, dalo definovat jako hledání optimálních podmínek, plánování, kontrola, řízení lidských zdrojů a řada rozhodnutí vedoucích k efektivnímu dosažení cíle a uspokojení zákazníka za značného rizika, proměnlivosti a nejistoty.

1.1.3 Projekt

Projekt, jako výsledek projektového řízení, je realizován v rámci firmy, ale může být řízen i jednotlivcem pomocí různých programů a softwarů, které jsou dnes k nalezení na trhu.

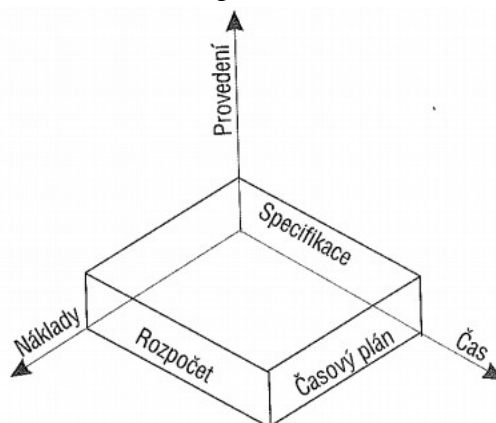
Dle většiny autorů je pojem **projekt** definován trojrozměrně, tedy že vychází ze tří základních pojmů, které se souhrnně nazývají trojimperativ. Trojimperativ, a tím i samotný projekt, je pak definován těmito třemi základními složkami:

- **Čas** – Definování v čase s jasně daným začátkem a koncem.
- **Provedení** – Způsob jakým bude celé řízení probíhat, komunikace v rámci něj, jednání a plánování. Především ale dosažení požadované kvality.
- **Náklady** – Hodnota či cena celého projektu.

Za úspěšný projekt, dle Gabriely Pokorné z Univerzity Palackého v Olomouci, by se dal považovat ten, který dosáhl požadovaných cílů ve všech třech rovinách. Přičemž jednotlivé roviny jsou silně provázány a navzájem se ovlivňují. Nelze tudíž změnit jednu rovinu, aniž by se nezměnila jiná. Například prodloužením časového horizontu

automaticky dochází k nárůstu nákladů.³

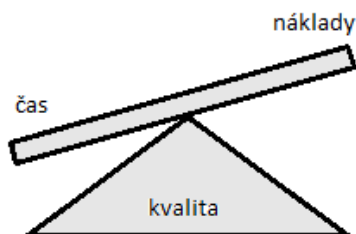
Trojimperativ se dá graficky zachytit různými způsoby. Obr. 1 zachycuje grafické pojetí od Rosenau, které říká: *"Úspěšné řízení projektů znamená dosáhnout požadované parametry provedení v daném termínu nebo před ním a v rámci rozpočtových nákladů".*⁴



Obr. 1: Grafické pojetí trojimperativu

Zdroj: ROSENAU, M. D. Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení, s. 20.

Jiné grafické pojetí je od pana Barkera a Coela, kteří trojimperativ zachycují formou tzv. "houpačky kvality". Na Obr. 2 je zachycena důležitost kvality, která zůstává jako primární, neměnná, zadaná odběratelem. Ukazuje vzájemný vztah času a nákladů, kde snaha o zkrácení času má povětšinou vliv na náklady a naopak.



Obr. 2: Houpačka kvality

Zdroj: BARKER, S., R. COLE. Projektový management pro praxi, s. 75.

3 POKORNÁ, G. *Projekty – jejich tvorba a řízení*. 1. vyd. 2008, 6-7.

4 ROSENAU, M. D. *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. 2. vyd. 2003, 20. ISBN 80-7226-218-1.

Další vlastnosti projektů jsou definovány výrokem z anglické knihy A Guide to the Project Management Body of Knowledge: "*A project is a temporary endeavor undertaken to create a unique product, service or result.*"⁵. Projekt je dočasné úsilí prováděné s cílem vytvořit jedinečný produkt, službu či nějaký výsledek. Jako dočasnost je zde fakt, že každý projekt musí mít jasný začátek a konec, musí být unikátní, jedinečný a originální, s jasnou měřitelností. Dále by se daly dodat další základní charakteristiky, které nalezneme například u autorky Rosenau⁶ – dosažitelnost a konkrétnost. Nebo, dle autora Dvořáka⁷, proveditelnost, tedy zda má projekt vůbec smysl a je realizovatelný.

1.1.4 Logický rámec

Každému projektu musí předcházet jasně a přesně definovaný cíl. Jednu z pomůcek jeho určení zmiňuje Jan Doležal⁸. Jedná se o techniku **SMART** definující cíl jako:

- **Specific** – cíl by měl být jasně specifikovaný.
- **Measurable** – nebo-li měřitelnost cíle. Zhodnocení dosaženého výsledku.
- **Agreed** – cíl by měl být akceptovaný všemi stranami.
- **Realistic** – cíl by měl být realistický, nebo-li dosažitelný.
- **Timed** – jasné časové určení, termíny a data.

Jedním z hlavních nástrojů pro SMART projekt je **logický rámec**, který pomáhá při sestavování projektů. Zohledňuje především logickou provázanost, vzájemné souvislosti a ovlivňování jedné činnosti druhou. Jedná se o jiný způsob popisu projektu a jeho plánu. Rámec mapuje záměry, činnosti a definuje cíl. Jeho zásadní výhodou je

5 A guide to the project management body of knowledge: PMBOK® guide. 3rd ed. 2004, 5. ISBN 1-930699-45X.

6 ROSENAU, M. D. Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení. 2. vyd. 2003, 5. ISBN 80-7226-218-1.

7 DVOŘÁK, D. Řízení projektů Nejlepší praktiky s ukázkami v microsoft® offic. 1. vyd. 2008, 22. ISBN 978-80-251-1885-6.

8 DOLEŽAL, J., P. MÁČAL, B. LACKO et al. Projektový management podle IPMA. 1. vyd. 2009, 62-63. ISBN 978-80-247-2848-3.

jednoduchost a stručnost. Základní body a postupy projektu jsou sepsány na jednom listu papíru. Jak dále zmiňuje kniha *Projektové řízení pro začátečníky*⁹, pomáhá odpovídat na otázky: Proč?, Co?, Jak? v souvislosti s projektem. Nástroj je to mezinárodně uznávaný a často užívaný.

Logický rámec je tabulkou zachycující logickou provázanost jednotlivých bodů zapsaných v horizontálním a vertikálním směru, jak ukazuje Tab. 1, která vychází z knihy *Projektový management podle IPMA*.¹⁰

Tab. 1: Logický rámec projektu

Záměr	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	<i>nevypĺňuje se</i>
Cíl	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	Předpoklady a rizika
Výstupy (konkrétní výstupy)	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	Předpoklady a rizika
Aktivity (klíčové činnosti)	Zdroje (peníze, lidé, ...)	Časový rámec aktivit	Předpoklady a rizika
<i>nevypĺňuje se</i>	<i>nevypĺňuje se</i>	<i>nevypĺňuje se</i>	Předběžné podmínky

Zdroj: DOLEŽAL, J., MÁCHAL, P., LACKO, B et al. *Projektový management podle IPMA*, s. 64.

1. **Vertikální směr** zachycuje logickou provázanost čtyř základních bodů odspodu nahoru. Prvním bodem jsou **klíčové činnosti**, z kterých vycházejí jednotlivé **výstupy** specifikující **cíl** a posléze **záměr** celého projektu, tedy příčiny jeho vzniku a budoucí přínos.

9 ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. 2011, 45-46. ISBN 978-80-251-2835-0.

10 DOLEŽAL, J., P. MÁCHAL, B. LACKO et al. *Projektový management podle IPMA*. 1. vyd. 2009, 64-67. ISBN 978-80-247-2848-3.

2. **Horizontální směr** vychází z popisu či *záměru* projektu. Začíná od nejspodnějšího řádku. Pokud budou dodrženy jednotlivé kroky v řádcích, které se dají ověřit na základě *objektivně ověřitelného ukazatele* definovaným *způsobem ověření*, předejde se tak základním *rizikům* a je možné se přesunout na řádek o úroveň vyšší, jak je znázorněno v Tab. 2: Čtení logického rámce.

Tab. 2: Čtení logického rámce projektu

Záměr	OOU	Způsob ověření	
Cíl	OOU	Způsob ověření	Předpoklady a rizika
Konkrétní výstupy	OOU	Způsob ověření	Předpoklady a rizika
Klíčové činnosti	Zdroje	Časový rámec	Předpoklady a rizika
			Předběžné podmínky

Zdroj: DOLEŽAL, J., MÁCHAL, P., LACKO, B. Projektový management podle IPMA, s. 67.

1.1.5 Zainterесované strany

Zainterесovaná strana, nebo-li zájmová skupina, je v podstatě každý, koho se projekt nějakým způsobem týká. Mohou to být jak jednotlivci tak i skupiny ve formě firem, podniků či veřejnosti. Definice zainterесované skupiny je, dle autorky Hrazdilové Bočkové¹¹, následující: *"Zainterесovanou stranou v projektu může být definován kdokoli, kdo je ovlivněn tím, co se projekt snaží realizovat. Jsou to jednotlivci, kteří se budou muset "vypořádat" s výstupy z projektu."* Autorka rozděluje skupiny na dvě základní:

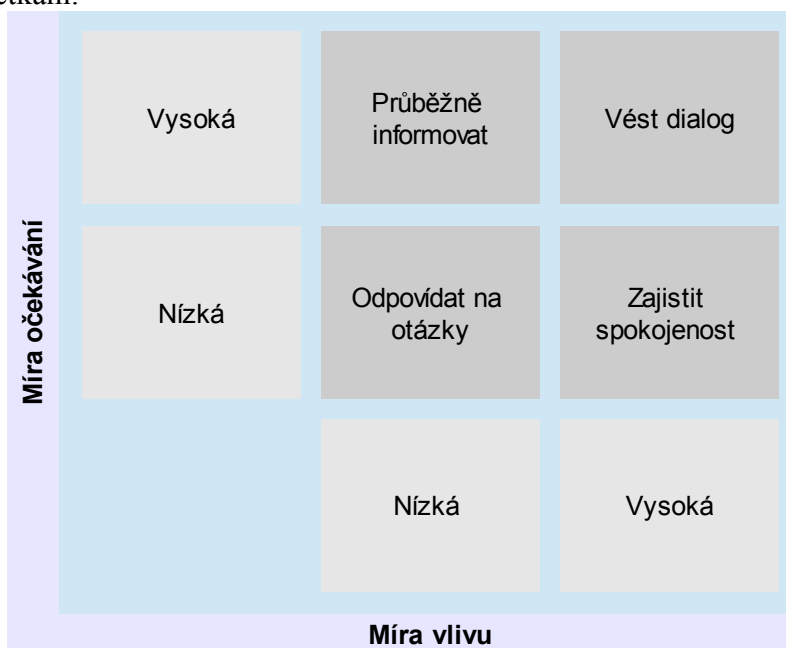
- Primární skupina – zákazníci, zaměstnanci, investoři, dodavatelé, partneři, vlastníci.
- Sekundární skupina – veřejnost, vládní instituce, média.

¹¹ DOLEŽAL, J., P. MÁCHAL, B. LACKO et al. *Projektový management podle IPMA*. 1. vyd. 2009, 49. ISBN 978-80-247-2848-3.

Rozdělení a identifikace skupin vychází především z vlivu a pozice v projektu. Jak uvádí kniha *Projektové řízení pro začátečníky*¹², primárním bodem, při řízení zainteresovaných skupin, je položit si následující otázku **"Proč si to přeji?"**, z níž vyplývají následující podotázky:

1. **Kdo jsou oni?** Nebo-li, koho se projekt týká a na koho bude mít vliv.
2. **Co je myšleno pojmem to?** Jaký vidí zadavatel smysl a cíl projektu.
3. **Proč to chtějí?** Vztah zadavatele k projektu a důvody zainteresovanosti.

Podstatná je také otázka, jakým způsobem by měly být jednotlivé skupiny zapojeny a jaký by měl být jejich vliv na celý projekt. Radoslav Štefánek vychází z matice na Obr. 3, která pomáhá vystihnout důležitost jednotlivých skupin, jejich vliv a následný způsob komunikace a jednání vzhledem k jejich očekávání. Informovanost je základem každého postupu, proto je důležité zvolit vhodný způsob komunikace. Mezi nejznámější způsoby komunikace a zapojení jednotlivých stran patří dotazníková šetření, dialogy, schůze, přednášky a setkání.¹³



Obr. 3: Matice analýzy vlivu zainteresovaných stran

Zdroj: Kolektiv autorů. *Projektové řízení pro začátečníky*, s. 32.

¹² ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. 2011, 30. ISBN 978-80-251-2835-0.

¹³ ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. 2011, 32. ISBN 978-80-251-2835-0.

Vhodný způsob postupu spolupráce se zainteresovanými skupinami je popsán na Obr. 4, který vychází z fakt knihy Projektové řízení pro začátečníky¹⁴.



Obr. 4: Postup spolupráce se zainteresovanými skupinami

Zdroj: vlastní

Dalším podstatným bodem, jak zmiňuje Rosenau, je řízení lidských zdrojů, které představuje jednu ze základních složek řízení projektů. Vzhledem k faktu, že projekty jsou vedeny lidmi, dá se tato činnost považovat za jednu z nejdůležitějších, ale také nejobtížnějších složek projektu, což je výstižně definováno ve zmíněné knize větou "*Řídit projekty znamená řídit lidi*".¹⁵

Projektové řízení je, dle Dvořáka, definováno jeho originalitou a neopakovatelností jednotlivých procesů. Jedinečné jsou ony lidské zdroje. Týmy účastníků, které jsou originální pro každý projekt a představují jeden základních aspektů, jenž dělá projekt jedinečným a specifickým oproti jiným. Vysoká je také neurčitost celého činnosti, tedy že veškerá rozhodování jsou dělána za velkého rizika a nejistoty.¹⁶

1.1.6 Proces řízení projektů

Každý projekt má svůj životní cyklus od jeho vzniku až po ukončení. Prochází třemi základními fázemi, kterými jsou:

1. Předprojektová fáze – plánování, ověřování.

14 ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. 2011, 75. ISBN 978-80-251-2835-0.

15 ROSENAU, M. D. *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. 2. vyd. 2003, 6. ISBN 80-7226-218-1.

16 DVOŘÁK, D. *Řízení projektů Nejlepší praktiky s ukázkami v microsoft® offic*. 1. vyd. 2008, 19. ISBN 978-80-251-1885-6.

2. Projektová fáze – samotná realizace projektu.
3. Poprojektová fáze – ukončení a zhodnocení projektu.

Jednotlivé fáze by se daly dále rozdělit. Různí autoři udávají různé počty základních kroků a postupů, podle nichž by se projektové řízení mělo vést. Většina se však shoduje na následujících pěti krocích, které uvádí Rosenau¹⁷ :

1. **Definování** – určení základních východisek, analýza aktuální situace a určení primárních cílů projektu.
2. **Plánování** – plánování projektu a hledání odpovědí na otázky Jak?, Kdy? a Za kolik?. Plánování se, na základě Dvořáka¹⁸, skládá z úkolů a kroků, mezi kterými leží zásadní milníky, nebo-li cíle jednotlivých fází napomáhající určit, v jaké fázi se projekt zrovna nachází.
3. **Vedení či řízení** – určení zodpovědných osob, řízení lidských zdrojů.
4. **Sledování** – zpětná kontrola vývoje projektu a sledování dosažení cílů.
5. **Ukončení** – zhodnocení, uzavření celého projektu a jeho předání zadavateli.

Toto jsou základní kroky, kterými by měl procházet každý projekt, ale vzhledem k jejich nevyzpytatelnosti a řadě rizik často dochází k dalším krokům jako je aktualizace stávajícího plánu nebo průběžný monitoring.

1.1.7 Rizika projektového řízení

Projektové řízení je vystavováno řadě rizik a omezení ohrožující plynulý průběh projektu, a tak i dosažení jeho cíle. Díky k tomu, že projekt prochází několika fázemi a je ovlivňován mnoha vnitřními i vnějšími vlivy, je velice pravděpodobné, že se objeví překážky, které povedou k nedodržení plánu či nastanou jiná rizika.

17 ROSENAU, M. D. *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. 2. vyd. 2003, 12-13. ISBN 80-7226-218-1.

18 DVOŘÁK, D. *Řízení projektů Nejlepší praktiky s ukázkami v microsoft® offic*. 1. vyd. 2008, 45. ISBN 978-80-251-1885-6.

V knize Projektové řízení pro začátečníky je riziko definováno následovně: *"Riziko je nejistý jev, který může mít pozitivní nebo negativní dopad na projekt. Hodnota rizika je dána pravděpodobností (P) a velikostí dopadu (D), kde **příležitost** vyjadřuje nejistý jev, který může mít **pozitivní** vliv na projekt a **hrozba** vyjadřuje nejistý jev, který může mít **negativní** vliv na projekt."*¹⁹

D. Dvořák rozděluje rizika, podle jejich původu, na:

1. **Interní** – Rizika vycházející zevnitř projektu. Příkladem mohou být týmové problémy či špatný odhad potřebného času a nákladů. Hlavní charakteristikou je, že tato rizika může manažer svým jednáním ovlivnit.
2. **Externí** – Na druhé straně stojí rizika, která z pohledu manažera ovlivnit nelze. Jedná se o nevyzpytatelné okolnosti jako je počasí, politika, dodavatelé a jiné.

Dále definuje tři základní body, z kterých řízení rizik vychází:

- **Identifikace rizik** – Identifikace by měla probíhat již na úrovni plánování a předcházet tak rizikům nebo snížit pravděpodobnost jejich nastání. Typickým příkladem je brainstorming významný svou jednoduchostí, logičností. Jeho účastníci mohou přinést řadu netradičních a nových řešení a nápadů.
- **Kvantifikace** – Rozhodnutí, která rizika jsou podstatná a určit pravděpodobnost jejich nastání, popřípadě definovat, jak velký dopad by to či ono riziko mělo.
- **Eliminace** – Nalézt řešení jednotlivých problémů se snahou jim do budoucna předcházet. Dále určit škálu rizik od zanedbatelných po nepřijatelná.²⁰

Základem by měla být snaha rizikům předcházet. Dle M. D. Rosenau je nedílnou a podstatnou součástí projektů tvorba rezerv. Ačkoliv si řada manažerů myslí, že rezervy tvoří pouze větší náklady a zdržují projekt, měly by být jednou ze základních složek. O rezervách mluví Rosenau jako o „*protiváze rizika*“, kterou mohou být ve formě materiální, finanční či lidské.²¹

19 ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. 2011, 86. ISBN 978-80-251-2835-0.

20 DVOŘÁK, D. *Řízení projektů Nejlepší praktiky s ukázkami v microsoft® offic*. 1. vyd. 2008, 154-156. ISBN 978-80-251-1885-6.

21 ROSENAU, M. D. *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. 2. vyd. 2003, 155-159. ISBN 80-7226-218-1.

1.1.8 Financování projektů

Financování vychází z nákladů jednotlivých projektů, které mohou mít různou formu a druh. Existují **náklady provozní** spojené nepřímo s projektem. Jedná se o výdaje na administrativu, evidenci, dokumentaci, provoz kanceláří a další. Dále **provozní náklady konkrétního projektu** s nimiž činnosti přímo souvisí. Mohou jimi být například náklady na zaměstnance. Třetím typem jsou **náklady investiční**, které představují finance použité na nákupy strojů, softwarů či stavby budov.

Každý projekt, aby mohl být realizován, musí mít jasně daný a jistý finanční zdroj. Zdroje mohou být rozděleny podle původu na tři základní typy, které uvádí Liběna Tetřevová²²:

- **Financování externí** – Finance plynoucí z externích zdrojů. Jsou jimi různé typy úvěrů, leasingů a dluhopisy.
- **Financování interní** – Interní zdroje jsou představovány vlastním kapitálem. Například jeho navýšením.
- **Veřejné zdroje** – Jedná se o alternativní zdroje. Finance plynoucí především z veřejných rozpočtů státu či krajů nebo hojně využívaných evropských fondů. Alternativním zdrojem může být například venture capital.

1.1.9 Vyhodnocení projektu

Vyhodnocení, nebo-li definice úspěšného projektu je složitou otázkou. Na základě předcházejících informací by tím mohlo být například dodržení hodnot trojimperativu, ale vzhledem ke složitosti celého řízení se nedá projekt hodnotit jen na základě těchto kritérií.

²² DOLEŽAL, J., P. MÁCHAL, B. LACKO et al. *Projektový management podle IPMA*. 1. vyd. 2009, 457-460. ISBN 978-80-247-2848-3.

Příkladem dalších hodnot úspěšnosti mohou být následující body:

1. funkčnost projektu;
2. splnění požadavků zákazníka;
3. uspokojení očekávání všech zainteresovaných skupin;
4. dodržení termínů;
5. dodržení kvality a ceny;
6. vliv na životní prostředí.

Autoři výše zmiňované knihy říkají, že: *"Cílem vyhodnocení projektu je zjistit, co jsme v projektu udělali chybně a co dobře."*²³ Podstatné je určit, **KDO a KDY** bude projekt vyhodnocovat, aby jeho hodnocení bylo včasné, úplné a především objektivní.

Postup hodnocení projektu by se dal vymežit pěti základními kroky:

1. Stanovení skupiny pro vyhodnocování.
2. Určení časového plánu.
3. Shromáždění veškerých podkladů.
4. Zpracování analytické zprávy.
5. Předání a prezentace výsledků.

Výstup hodnocení by měl podat informace o průběhu celého projektu, jeho silných a slabých stránkách, problémech a úspěších. Tato data by měla sloužit do budoucna, aby bylo možné vyvarovat se chybám nebo naopak úspěšné části opakovat.²⁴

²³ DOLEŽAL, J., P. MÁČAL, B. LACKO et al. *Projektový management podle IPMA*. 1. vyd. 2009, 45. ISBN 978-80-247-2848-3.

²⁴ DOLEŽAL, J., P. MÁČAL, B. LACKO et al. *Projektový management podle IPMA*. 1. vyd. 2009, 41-45. ISBN 978-80-247-2848-3.

1.2 PROPAGACE A INFORMACE

V závislosti diplomové práce na dotazníkovém šetření, které se stalo výchozím nástrojem pro získání informací, je nutné si tento pojem představit, stejně tak jako propagaci, jenž má za úkol seznámit obyvatele s realizovanými změnami.

Propagace a informace jsou dva pojmy blízké související s oborem marketingu a marketingové komunikace, která představuje hlavní spojník mezi firmou a zákazníkem. Pomáhá přiblížit zákazníka firmě, a nalézt co nejefektivnější a nejlepší způsob uspokojení jeho potřeb a přání, jak definuje H. Bartošová: "*Marketing představuje činnosti a procesy, kterými organizace uspokojuje prostřednictvím trhů různá **přání** a **potřeby** zákazníků*"²⁵.

Přání – Představuje určitou touhu zákazníka.

Potřeba – Vyjadřuje určitý nedostatek něčeho.

Dle H. Bartošové zákazník nekupuje službu či produkt jako takový, ale kupuje si určité uspokojení a užitek, který ona služba nebo produkt přináší. Například auto není pořizováno z důvodu jeho vlastnění, ale z důvodu užitečnosti ve formě dopravy. Stejně tak jídlo není kupováno pro jídlo samotné, ale pro uspokojení potřeby hladu.²⁶

1.2.1 Propagace

Propagace je jednou z činností projektového řízení, její typ a způsob je dán především životní fází projektu, v které se zrovna nachází.

V rámci rozhodování o způsobu propagace musí být položeny tři základní otázky:

1. Jaký je cíl reklamního sdělení?

25 BARTOŠOVÁ, H., P. KRAJNÍKOVÁ. *Základy marketingu*. 1. vyd. 2011, 12.

26 BARTOŠOVÁ, H., P. KRAJNÍKOVÁ. *Základy marketingu*. 1. vyd. 2011, 15.

2. Kdo představuje cílovou skupinu?
3. Kolik máme finančních prostředků?

Po zodpovězení těchto otázek může být určeno, jakým způsobem se bude s cílovou skupinou komunikovat. Nebo-li, jaký způsob propagace je vybrán s ohledem na typ skupiny a informaci, která má být sdělena. V zásadě existuje pět typů propagace, které jsou charakterizovány v Tab. 3, vycházející z dat knihy Projektové řízení pro začátečníky²⁷ a knihy Philipa Kotlera Marketing²⁸. Na základě informací v praktické části může být tato tabulka výchozím a inspirativním bodem pro způsob propagace.

Tab. 3: Komunikační mix

Typ komunikačního mixu	Charakteristika	Nástroje	Výhody	Nevýhody	Zpětná vazba
Osobní prodej	Budování preferencí pomocí budování dobrých vztahů. Motivování lidí. Vytváření kontaktů.	Osobní prodej. Schůzky, konference, prezentace, společenské akce. Spolupráce s distributory.	Osobní kontakt. Možnost vzájemné komunikace, vysvětlení či motivace. Velký vliv.	Pomalá reakce na změny. Náročnost na školené pracovníky. Finanční náročnost.	ANO
Podpora prodeje	Krátkodobý intenzivní stimul, podporující prodej. Předmět, které zákazník získává zdarma	Kupovy, slevy, vzorky, prémie, ochutnávky. Zvýhodněné ceny.	Intenzivní vliv s okamžitým efektem.	Krátkodobost. Finanční náročnost. Nebuduje věrnost zákazníka k výrobku.	NE
Přímý marketing	Nebo-li direct marketing. Cílení na konkrétního zákazníka o kterém máme mnoho informací. Jednání probíhá osobně, neveřejně a je tak možné sledovat reakce.	Katalogový prodej, osobní emaily, telemarketing. Televizní reklamy možnosti přímé odpovědi. Telefonní rozhovory.	Tvorba konkrétních vztahů. Možnost dialogu. Velká přizpůsobivost potřebám a přáním zákazníka. Neveřejnost.	Časová náročnost. Nutnost kvalifikovaného personálu. Náročné na množství informací. Nutné zajistit ochranu dat.	ANO
Public relation	Cílem není produkt jako takový, ale firma, její popularita a dobré jméno. Snaha o vytvoření image.	Články a zprávy v médiích. Publikace, tiskové konference, brožury. Veřejné akce – výstavy, dny otevřených dveří. Sponzorství.	Široký záběr. Nepodporuje jednotlivé produkty a jejich prodej. Náročné na formulaci a prezentaci.	Časté podceňování. Nutnost znalosti dobrého vystupování a prezentace. Většinou finančně náročné.	NE
Reklama	Podpora prodeje formou popisu produktu a jeho výhod, využití, oslovující velké masy lidí. Upoutává pozornost a vzbuzuje zájem.	Reklamy televizní, rádiové, v tiskovinách. Bilboardy, plakáty, letáky, katalogy.	Nákladnost, neosobnost. Nemožnost cílit na vybrané segmenty.	Velký rozptyl. Relativně rychlá podpora prodeje či tvorby image.	NE

Zdroj: vlastní na základě P. Kotlera, R. Štefánka a H. Bartošové

Informace mohou být nejen sdělovány, ale v rámci průběhu projektu je často nutné informace získávat pro jeho plynulý a úspěšných chod. Řada projektů vychází z velkého

27 ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. 2011, 260-261. ISBN 978-80-251-2835-0.

28 KOTLER, P., G. ARMSTRONG. *Marketing*. 6. vyd. 2003, 637-639. ISBN 978-80-247-0513-2.

množství statistických informací a na nich staví své cíle. Většinou se jedná o neziskové projekty zaměřené na veřejnost, proto je nutné znát její potřeby a přání, jelikož jednotliví obyvatelé bývají cílovou skupinou pro něž je projekt tvořen a realizován. Podle typu požadovaných informací a dotazovaných respondentů se určí způsob jejich sběru.

1.2.2 Informace

Celé projektové řízení pracuje s informacemi, které jsou klíčem k řešení veškerých problémů. Informace, jako souhrn jednotlivých dat, mohou být, dle Foret, rozděleny dvěma způsoby :

1. **Primární** – jedná se o data a informace, které člověk sám získává různými způsoby a stává se jejich primárním uživatelem.
2. **Sekundární** – data, jenž byla již jednou použita, člověk se stává až druhořadým uživatelem. Tyto informace jsou většinou statistické hodnoty vycházející z dat primárních. Na jednu stranu je jednodušší tato data získat, ale na druhou nemusí dávat přesné hodnoty, které jsou požadovány.

Druhé dělení je dle jejich charakteristik a vlastností na:

1. **Kvantitativní** – hodnoty, které je nutné získávat od většího počtu respondentů či z většího množství dat. Ony informace se dají nějakým způsobem vyčíslit. Mají větší reprezentativní a statistický charakter. Tyto hodnoty se nejčastěji získávají na základě různých pozorování, dotazníků či experimentů. Jejich zisk je rychlejší a méně finančně náročný.
2. **Kvalitativní** – tyto hodnoty jsou získávány spíše osobními nebo skupinovými rozhovory. Dotazovaný se snaží najít motivy a pochopit chápání a chování lidí. Data jsou získávána v menším množství, ale mají hlubší charakter s větší vypovídací hodnotou.²⁹

29 FORET, M., J. STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. 2003, 14. ISBN– 978-80-247-6260-9.

Jiné dělení informací je podle jejich původu na:

- ➔ **Interní data** – jsou informace vycházející z firmy, z jejích vnitřních zdrojů.
- ➔ **Externí data** – data přicházející z venku z různých publikací či cizích zdrojů.

1.2.3 Techniky sběru informací

Metody sběru informací záleží především na tom, jaký typ informace je požadován. Respektive jaký charakter a vypovídací hodnotu tato informace má mít. Zisk informací lze rozdělit na dvě základní skupiny podle toho, zda se jedná o informace kvalitativní či kvantitativní, jak uvádí ve své knize Foret³⁰, který tyto dva základní způsoby dále specifikuje.

- ➔ Kvalitativní sběr informací hledá především podstatu a analýzu různých vztahů, příčin, reakcí a následků. Z tohoto důvodu hraje důležitou roli psychologie, která je využívána téměř u všech kvalitativních metod.

Sběr informací kvalitativního výzkumu:

- Individuální rozhovory – často vedené psychologem jako zcela volný rozhovor.
- Skupinové rozhovory – typickým příkladem je brainstorming.
- Asociační postupy – automatického doplňování vět, asociace různých slov, dokreslování obrázků či doplňování příběhů.

- ➔ Kvantitativní sběr informací vychází z většího vzorku respondentů, jejichž výsledky se nejčastěji následně statisticky zpracovávají.

Způsoby sběru těchto informací mohou být rozděleny na tři základní typy vycházející z teorie Příbové³¹:

30 FORET, M., J. STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. 2003, 16. ISBN– 978-80-247-6260-9.

31 PŘIBOVÁ, M. et al. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. 1996, 45-51. ISBN 80-7169-299-9.

1. **Pozorování** je převážně nepřímou metodou zisku informací. Nedochází k přímému kontaktu s pozorovanou osobou, ale jsou využívány přístroje, které zjišťují informace jako jsou frekvence či opakování činnosti. Další dělení pozorování je následující:
 - Pozorování může být děleno na základě prostředí:
 - **Přirozené** – v běžném prostředí.
 - **Umělé** – v uměle vytvořeném prostředí.
 - Podle způsobu pozorování:
 - **Zřejmé** – pozorovaný ví, že je podroben sledování.
 - **Skryté** – pozorovaný nemá o sledování tušení, nejčastěji se jedná o kamery.
 - Kdo pozorování provádí:
 - **Osobní** – pozorování je prováděno přímo osobou.
 - **Technicky** – pozorování je prováděno uměle například kamerami.
2. **Dotazování** je asi nejčastější a nejrozšířenější. Představuje způsob zisku velkého množství informací. Opět může být rozděleno na osobní a skupinové, kdy jsou velké nároky kladeny na tazatele a jeho kvality.
 - Základní typy dotazování:
 - **Písemné** dotazování je představováno nejčastěji anketami a dotazníky, které dokáží zahrnout široký vzorek respondentů. Jedná se o jednu z nejlevnějších metod. Výhodou je, že dotazovaná osoba má dostatek času zamyslet se nad odpovědí. Nevýhodou je malá návratnost.
 - **Osobní** dotazování probíhá tváří v tvář mezi tazatelem a dotazovaným. Dotazování může probíhat jednotlivě či skupinově.
 - **Telefonické** dotazování představuje rychlý způsob zisku informací, který je velice efektivní a snadný s výhodou vedení rozhovoru tazatelem a tak možností vysvětlení nepochopených otázek.
 - **Elektronické** dotazování v dnešní době představuje asi nejlevnější a nejrychlejší způsob. Internetové dotazování může zasáhnout širokou vrstvu obyvatel s automatickým vyhodnocováním odpovědí.
3. **Experimenty** dávají informace s největší vypovídací hodnotou. Představují ale

nejnáročnější způsob s nutností vhodného výběru experimentovaných i vedoucích experimentu. Experimenty mohou být děleny na:

- **Laboratorní** – v uměle vytvořeném prostředí.
- **Přirozené** – v prostředí přirozeném.

Výzkum, podle Foreta³², můžeme rozdělit dle toho, o jaký typ se jedná:

1. **Deskriptivní** – z anglického slova "description" tedy výzkum popisný. Tento způsob výzkumu se snaží odpovídat na otázku JAK?
2. **Diagnostický** – jinými slovy určení diagnózy. Hledání příčin, hypotéz, vztahů, následků či pravidelností. V tomto případě se snaží odpovídat na otázku PROČ
3. **Prognostický** – prognóza nebo-li vývoj v budoucnosti. Snaha nalézt, kam se situace, dle momentálního stavu, bude dále vyvíjet. Hledání odpovědi na otázku KAM?

1.2.4 Tvorba dotazníků

Praktická část diplomové práce je založena na informacích získaných z dotazníkového šetření jako primárního nástroje celé práce, proto je nezbytně nutné se i s touto oblastí dostatečně seznámit a definovat základní kroky a postup tvorby dotazníků.

Dotazníky jsou jednou z nepřímých metod dotazování. Jejich vyplňování může probíhat samostatně nebo pod dohledem tazatele, který pomáhá pochopit obsah a získat co nejdůvěryhodnější informace. Dotazníky jsou jedním z nejekonomičtějších způsobů dotazování. Mohou mít jak papírovou, tak ještě rychlejší a ekonomičtější formu, elektronickou. Výhodou je zasažení širokého vzorku respondentů, ale na druhé straně hrozí malá návratnost. Proto musí být dotazník vypracován co nejsrozumitelněji dle základních postupů a pravidel.

32 FORET, M., J. STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. 2003, 15-16. ISBN– 978-80-247-6260-9.

Na základě Foreta³³ musí dotazník splňovat tři základní body:

1. Celkový dojem

V první řadě musí dotazník zaujmout na pohled, a to jak grafickým zpracováním nebo kvalitou tisku, papíru, tak celkovou formou. Jednoduše řečeno, dotazník musí vzbudit zájem a měl by dotazovaného motivovat k jeho vyplnění.

2. Formulace

Dotazník musí být důsledně promyšlen s jednoduchými, logicky kladenými otázkami. Otázky musí být jednoznačné a srozumitelné, aby bylo dosaženo validních a důvěryhodných informací.

3. Typologie

Typologie otázek by měla dodržovat jistá pravidla se snahou vyvarovat se otázkám nevhodným či nesrozumitelným. Důležité je i správné pořadí a logická souslednost otázek, které mohou být:

- ➔ **Otevřené** – otázky bez daných odpovědí. Tazatel má možnost svobodného vyjádření bez omezování. Ona volnost je spojena s náročnějším následným vyhodnocováním. Otázky mohou být také vedeny na základě asociačních metod. Typické je volné doplňování vět, povídek či dokreslování obrázků.
- ➔ **Uzavřené** – jedná se o otázky s uvedenými odpověďmi. Tazatel může pouze vybírat ze zadaných možností. Podle typu odpovědí a jejich množství je můžeme dále rozdělit na:
 - **Dichotomické** – otázky nabízející pouze 2 možné odpovědi typu ANO/NE.
 - **Více-výběrové** – dotazovaný, dle zadání, může vybrat jednu a více možných odpovědí.
 - **Polytomické** – nabízí dotazovanému možnost srovnání a uspořádání daných odpovědí dle jeho preferencí.
- ➔ **Polootvřené** – otázky, které nabízí řadu odpovědí s dodatkem, že dotazovaný může přidat svůj vlastní názor, pokud ve výčtu odpovědí chybí.

33 FORET, M., J. STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. 2003, 33-42. ISBN– 978-80-247-6260-9.

I uspořádání jednotlivých otázek by mělo mít logickou souslednost. V první řadě by měl všemu předcházet úvod, seznámení s dotazníkem, vysvětlení a prosba o jeho vyplnění.

Dle Příbové³⁴ může být logická souslednost a typy otázek následující:

1. **Úvodní otázky** – pro navázání kontaktu.
2. **Identifikační** – charakterizující respondenta.
3. **Filtrační** – logické otázky, aby respondent po zodpovězení vybraných otázek "NE" nemusel dále odpovídat na otázky s tímto tématem související.
4. **Měřitelné** – konkrétní tematické otázky s měřitelnou hodnotou.
5. **Nevhodné otázky** – kterým by se měl autor dotazníku vyhnout. Intimní, vícenásobné či zavádějící otázky vedoucí respondenta k vybrané odpovědi nebo otázky s více negacemi.

M. Příbová³⁵ definuje jasný postup a pravidla tvoření dotazníků:

1. Primárně analyzovat téma a situaci. Zjistit, o jaké informace budeme usilovat.
2. Vybrat vhodný způsob dotazování.
3. Specifikovat vybraný vzorek respondentů.
4. Pečlivá konstrukce jednotlivých otázek.
5. Pečlivá konstrukce celého dotazníku.
6. Pilotáž, nebo-li testování dotazníku na malém vzorku respondentů.

Poznatky přiblížené v teoretické části jsou použity pro pochopení klíčových prvků, postupů a kroků samotné Optimalizace veřejné linkové dopravy v oblasti Frýdlantska. První kapitola seznamuje s projektovým řízením a projekty jako takovými sloužící k porovnání teorie s praktickou částí. Kapitola také definuje kroky a tvorbu dotazníkového šetření, které se stalo nástrojem pro zjištění stávající situace v dopravě.

34 PŘIBOVÁ, M. et al. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. 1996, 82-83. ISBN 80-7169-299-9.

35 PŘIBOVÁ, M. et al. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. 1996, 75-79. ISBN 80-7169-299-9.

2 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ V ORGANIZACI KORID LK

Následující kapitola je věnována seznámení se společností KORID LK a jejími, již realizovanými či stále probíhajícími, projekty.

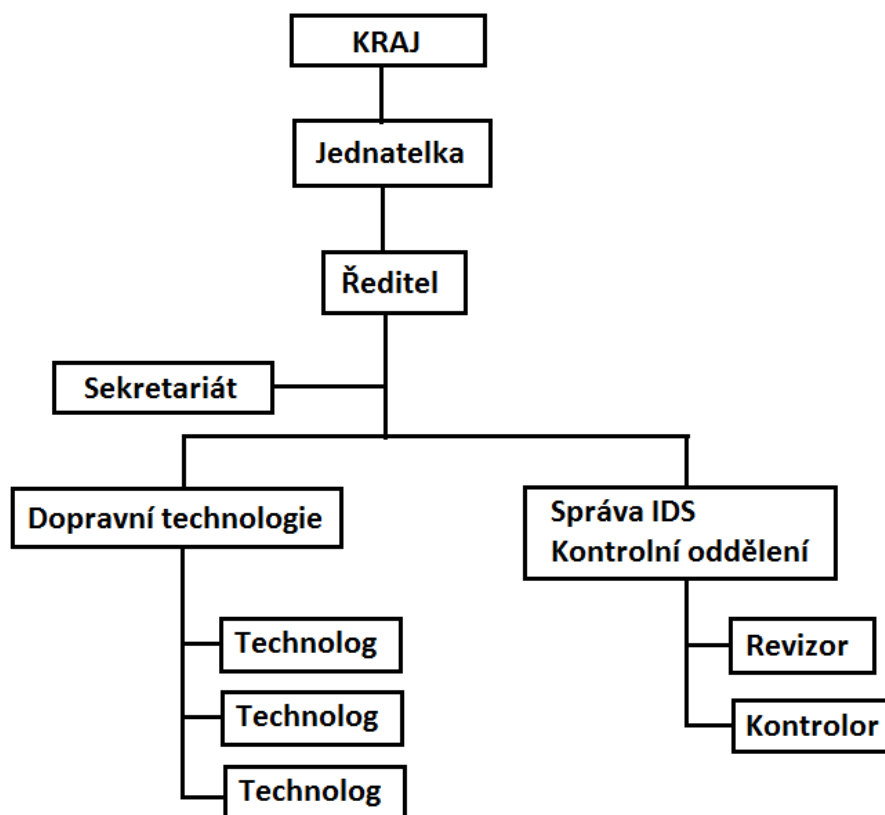
2.1 ORGANIZACE KORID LK

Koordinátor veřejné dopravy Korid Libereckého kraje, dále jen KORID LK, je společnost s ručením omezeným založená 30. března roku 2005 zastupitelstvem Libereckého kraje za účelem realizace dopravních zájmů a plánů, které mají vycházet z přání a potřeb občanů kraje. Jak definuje M. Synek v knize *Podniková ekonomika*, původním primárním cílem většiny firem je maximalizace zisku, respektive v dnešní modernější přenesené verzi, maximalizace hodnoty podniku.³⁶ Firma KORID LK byla založena jako nezisková společnost s ručením omezeným, a tak primárním cílem většiny projektů je spokojenost cílové skupiny, tedy cestujících. Tento fakt vychází především z toho, že se jedná o firmu založenou Libereckým krajem a dotovanou převážně z krajského rozpočtu, který by měl prvotně uspokojovat přání a potřeby občanů.

Na Obr. 5 je zachycena organizační struktura firmy. Hlavním společníkem a zároveň vlastníkem společnosti je Liberecký kraj, který je zastupován tří-člennou dozorčí radou, jejíž funkcí je kontrola společnosti, ne však její řízení. Tato rada se snaží hájit zájmy nejen kraje, ale především občanů, s cílem realizovat co nejlepší a především nejvhodnější dopravní obslužnost kraje. Statutárním orgánem, voleným Radou kraje, je jednatelka, která představuje spojník mezi Libereckým krajem a společností. V kompetenci ředitele je řízení a chod firmy, jejíž fungování se dá rozdělit do dvou základních oblastí. Zprvce oblast dopravní technologie, která realizuje projekty po technologické stránce. Na straně druhé

36 SYNEK, M. et al. *Podniková ekonomika*. 4. vyd. 2006, 58. ISBN 80-7179-892-4.

správa IDS (integrovaný dopravní systém) a kontrolní oddělení, které provádí kontroly, revize, spravuje tarifní systémy a dopravní plány.



Obr. 5: Organizační struktura firmy

Zdroj: vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

Významnou roli ve firmě hrají partneři společnosti, mezi něž patří: Liberecký kraj, Liberecká IS – poskytovatel informačních služeb, České dráhy a.s., ČSAD Česká Lípa a.s., ČSAD Liberec a.s., Bus Line a.s., Dopravní podnik města Liberec a.s. a Emtest ČR spol. s r.o..

Financování společnosti je realizováno ze dvou základních zdrojů. Hlavním finančním zdrojem jsou dotace Libereckého kraje, kdy se jedná o finance plynoucí z krajského rozpočtu. Druhým zdrojem pro realizaci projektů jsou pak evropské fondy jako je

například Evropský fond pro regionální rozvoj. Jak zmiňuje Synek³⁷, jedná se především o strukturální fondy, které mají podporovat snižování rozdílů mezi jednotlivými regiony a podporovat regionální rozvoj a politiku. Příkladem je i podpora infrastruktury skrze zmiňované projekty.

2.2 REALIZOVANÉ PROJEKTY

Primárním cílem firmy KORID LK je integrace veřejné dopravy a dále pak realizace projektů od jejich vzniku, plánování, zajištění finančních prostředků až po hodnocení. Součástí činností je také analýza veřejné dopravy a dopravců kraje, kteří jsou složkou integrovaného systému. Firma od svého založení roku 2005 realizovala řadu projektů, které měly, či mají, převážně krajský charakter. Avšak řada z nich vychází i z přeshraniční spolupráce. Níže jsou zmíněny vybrané projekty jak ukončené, tak stále probíhající.

2.2.1 Projekt tarifní integrace (vytvoření IDS IDOL)

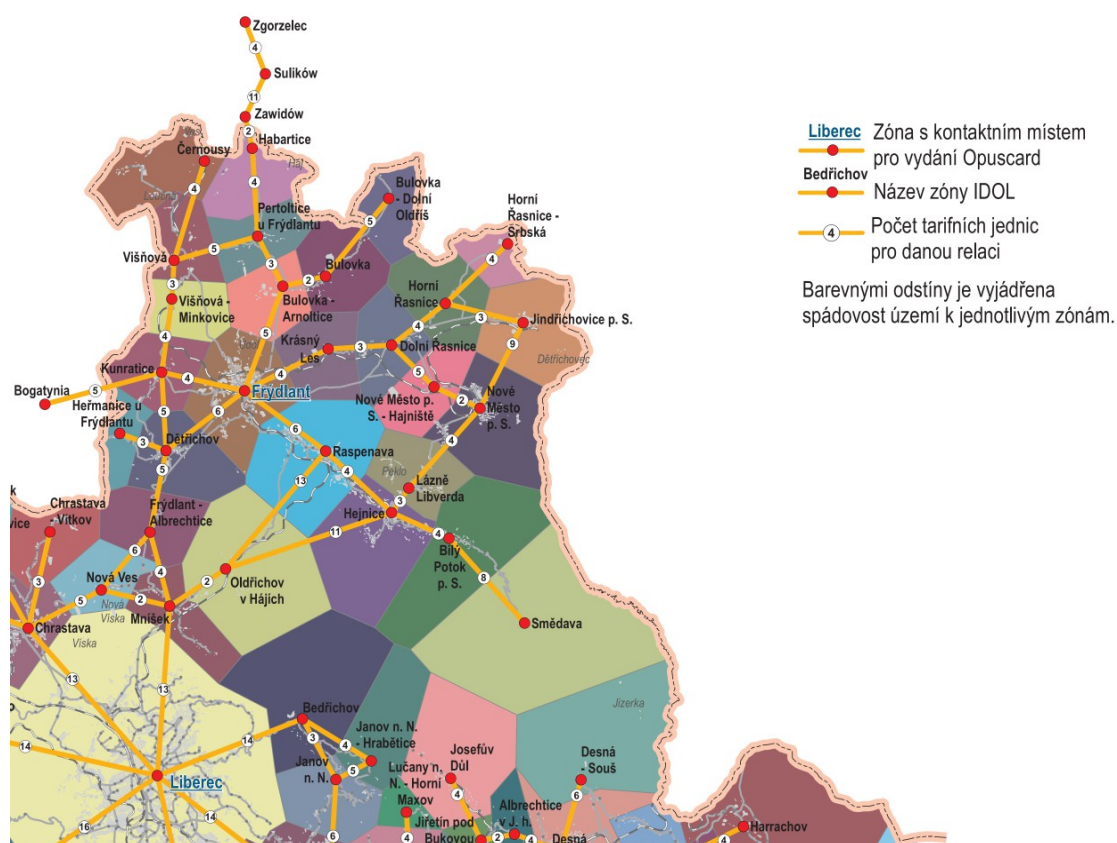
Jedná se o IDS, tedy integrovaný dopravní systém Libereckého kraje, který je složen jak z dopravy železniční, autobusové i městské hromadné dopravy a je koordinovaný právě firmou KORID LK. Cílem bylo umožnit cestujícím odbavení na jeden jízdní doklad. Jedná se o propojení různých druhů dopravy v rámci vybraného uceleného území s cílem usnadnit cestujícím přepravu. Projekt byl plánován v období 2006 - 2009 a spuštěn v červnu roku 2009. Jeho zadavatelem byl Liberecký kraj, který ho celý také financoval.

Tento integrovaný systém má řadu výhod, které značně usnadňují využívání všech dopravních prostředků v kraji najednou a v rámci jedné karty, s cenově výhodnými možnostmi a dalšími benefity. IDOL je tak spojníkem mezi vlakovou, autobusovou a městskou hromadnou dopravou. Všechny tyto výhody zákazník získá s pomocí

37 SYNEK, M. et al. *Manažerská ekonomika*. 4. vyd. 2007, 165. ISBN 978-80-247-1992-4.

bezkontaktní karty Opuscard, která je kartou čipovou, tudíž odpadá i ekologicky náročná potřeba papírových jízdenek. Představuje jakousi elektronickou peněženku či elektronický nosič dat pro časové kupóny. Lze ji získat na různých kontaktních místech a nyní také dostupné její on-line zřízení. Momentálně je rozšířeno více typů karty Opuscard, a to dle potřeb a přání zákazníků. Jednou z největších skupin využívajících Opuscard jsou studenti, kterým karta nabízí spojení s jejich studentskou kartou ISIC. Nově vznikla takzvaná City Opuscard doplněná o druhý čip s magnetickým proužkem a navíc tak nabízí běžné bankovní služby ve spolupráci s bankou Citybank. Karty Opuscard také představují způsob sběru statistických informací, které dále pomáhají zlepšit a přizpůsobit dopravu cestujícím. Od roku 2008, kdy se začala karta využívat, bylo do konce roku 2012 vydáno okolo 180 000 těchto karet. Množství vydaných karet začínalo na počtu 65 000 v roce 2008, kdy primárně nahrazovala Libereckou městskou kartu. Posléze její počet narůstal ve vlnách spojených například se zavedením tarifu IDOL či postupnou integrací do celého kraje a Mladé Boleslavi. Významná byla také propagace výhod karty a nový Senior Pas a roční kupón. Karty jsou vydávány jak na jméno, tak i přenosné anonymní. Podstatnou výhodou karty je jednoduchý a rychlý způsob zpracování statistických dat z ní vyplývajících, tedy trasy cestujících, jejich frekvence a možnost sledovat, kterého přepravce cestující využívá a dle toho následně rozdělit tržby.

Výchozím je rozdělení oblasti do tarifních zón, které umožňují cestujícímu využívat všechny dopravní prostředky (vlak, autobus, MHD) za jednotnou cenu i v rámci přestupů mezi vlakovou a autobusovou dopravou či přestup na MHD. Nezáleží tedy na vzdálenosti cesty, kterou dopravní prostředek ujede, ale kolika zónami projede. Jízdenky jsou omezovány pouze časově v rámci vybrané trasy bez ohledu na typ prostředku. Jednotlivé zóny jsou znázorněny na Obr. 6.



Obr. 6: Rozdělení oblasti do tarifních zón

Zdroj: KORID LK

2.2.2 Jizerskohorská železnice

Jizerskohorská železnice, jako další příklad projektu firmy, je souhrnný název pro tratě ve Frýdlantském výběžku, dále pro tratě z Liberce do měst Tanvald, Jablonec nad Nisou, Harrachov, Smržovka a Josefův Důl. Cílem projektu, jenž byl zahájen roku 2008, byla příprava podkladů pro výběrové řízení na nového dopravce. I tento projekt byl realizován na základě financí Libereckého kraje – nové vlaky začaly jezdit v rámci Jizerskohorské železnice v prosinci roku 2011.

Snahou bylo upravit koncepci železniční dopravy, která se má stát do budoucna páteří

dopravou, proto byl důraz kladen na nová moderní vozidla představující dostatečný luxus a pohodlí pro cestující. V roce 2008 byla vypsaná soutěž na zajištění provozu v této oblasti. Do soutěže se přihlásilo pět uchazečů včetně dvou zahraničních. Výběr probíhal dvoukolově. V prvním kole museli uchazeči prokázat svou kvalifikovanost a v druhém představili své nabídky. Výhercem byly České dráhy, které splňovaly podmínky na kvalitní vozy i finanční rozpočet. Nové vozy Regio – Shuttle RS1 od švýcarského dodavatele Stadler Rail se tak staly vozovým parkem Jizerskohorské železnice, a to na období 15 let od roku 2011 do roku 2026.

Součástí byla také snaha zkoordinovat vlakovou dopravu s autobusovou. V oblasti Jablonecka a Tanvaldska byl tento problém řešen již v průběhu roku 2011. Na Frýdlantsku je obsahem níže zmiňovaného projektu Optimalizace veřejné linkové dopravy, který jde ruku v ruce s projektem Jizerskohorské železnice.

2.2.3 LUISE

Mezi další, již realizované projekty, patří projekt LUISE, který je přeshraniční studií trasy Liberec–Seifhennersdorf, jehož hlavním finančním zdrojem byl Evropský fond pro regionální rozvoj za období 1997-2013. Cílem bylo zatraktivnit železniční dopravu na česko-německém pohraničí.

Projekt se snaží zohlednit a zlepšit napojení na další spoje a ostatní dopravu jako jsou autobusy a doprava osobní. Zohledňuje parkování v okolí zastávek a se snahou přiblížit dopravu sportovně založeným lidem (umožnění přepravy kol a lyží). Samozřejmostí je bezbariérový přístup, umožněný zvýšenými zastávkami a novými moderními vozy. Součástí činnosti byly návrhy na vznik nových zastávek například v Růžodolu či polské obci Porajów (dosud však tyto zastávky, z finančních důvodů, vybudovány nebyly). Projekt využívá atraktivního pohraničí a posiluje mezinárodní vztahy, které podporuje například vícejazyčným informačním systémem. Hlavním výstupem byla studie

proveditelnosti a dodržitelnosti jako podklad pro žádost o dotaci na jeho realizaci. Nyní na studii plynule navazuje nový projekt Lubahn, který je v podstatě jeho realizační částí. Průběžně dochází ke stavbám nových zastávek, úpravám či modernizaci vybraných tratí.

2.2.4 Librail – železnice v Libereckém kraji v roce 2030

Jiným stále probíhajícím projektem firmy je Librail nebo-li Železnice v Libereckém kraji v roce 2030, který vychází ze zpracované studie kategorizace tratí v Libereckém kraji. Jedná se o dílčí část projektu INTER-Regio-Rail. Ten představuje evropský koncept se snahou zlepšení a zmodernizování regionální železniční dopravy. Dnešní železniční tratě kraje o délce 452 km byly postaveny před sedmdesáti a více lety a od té doby v podstatě neprošly žádnou radikální změnou ani modernizací. Cílem je snaha toto změnit a zatraktivnit železniční dopravu v celém Euroregionu Nisa. Projekt je realizován v období 2010-2013 a financován z programu Central Europe a spolufinancován ERDF.

Výchozím bodem je ona studie, dle níž se určí priority, rozsah modernizace či její způsob a z ní vyplývající odstranění bariér v železniční dopravě. Snahou je zpřístupnit velká města jako je Praha, Ústí nad Labem, Hradec Králové, ale i města zahraniční, například Drážďany, Zgorzelec či Wrocław. Spojení by mělo představovat rychlý a pohodlný způsob přepravy a mělo by dojít ke zmodernizování vybraných železničních tratí. Stejně tak jako v předešlých projektech i zde hraje důležitou roli napojení železniční dopravy na jiné dopravní prostředky. Projekt má také ekologický podtext - snahu zohlednit a přizpůsobit dopravu Krkonošskému národnímu parku, kterým velká část železnice prochází.

3 PROJEKT - Optimalizace veřejné linkové dopravy, oblast Frýdlantsko

Cílem této kapitoly je seznámení s projektem „**Optimalizace veřejné linkové dopravy, oblast Frýdlantsko**“, dále jen Optimalizace, na níž je posléze postavena praktická část hledající zásadní nedostatky v dopravě a projektu s následnými návrhy jejich řešení. Kapitola obsahuje bližší seznámení s mikroregionem Frýdlantsko, ve kterém byl projekt realizován a představuje jeho jednotlivé kroky a postupy.

Veřejná doprava a infrastruktura hraje důležitou roli v rozvoji jednotlivých krajů a oblastí. Je jedním z ukazatelů vývoje politiky samotného státu, jak říká R. Allsop ve svém článku, kde kritizuje nedostatečný rozvoj veřejné dopravy vzhledem k faktu, že od čtyřicátých let došlo k převaze využívání osobní automobilové dopravy představující pohodlnější a rychlejší způsob cestování. Díky neustálému růstu počtu automobilů a jejich ekologického dopadu je nutné, aby veřejná doprava opět našla své místo. Jak říká Allsop: „*Public transport can compete only if it knows what it is for*“³⁸, proto musí dojít k zásadnímu rozvoji a modernizaci, aby tento typ dopravy mohl konkurovat osobní automobilové.

Konkurence se objevuje nejen mezi osobní a veřejnou dopravou, ale také mezi jednotlivými druhy dopravy. Konkurencí se zabývá A. Botond ve svém článku „*Competition or Cooperation in Public Transport*“³⁹, kde zmiňuje důležitost cestujícího a jeho požadavků. Dochází k závěru, že pro nynější cestující není tak důležitá jen rychlost a cesta samotná, ale také komfort a pohodlí. Co se týče konkurence a kooperace mezi jednotlivými dopravními prostředky, měly by jít ruku v ruce. Kooperovat by měly v časovém rozležení jednotlivých jízd a konkurovat si například zmiňovaným komfortem.

38 ALLSOP, R. *Public transport cannot be just a political plaything*. Australia: Institute of Public Affairs, 2009. [vid. 2013-04-04]. Také dostupné z: <http://proquest.umi.com>

39 BOTOND, A. *Competition or Cooperation in Public Transport*. Paris: Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), 2009 [vid. 2013-04-04]. Také dostupné z: <http://proquest.umi.co>

3.1 CHARAKTERISTIKA PROJEKTU

Jedná se o projekt zaměřený na oblast severu Čech, konkrétně Frýdlantsko, spadající pod Liberecký kraj nalézající se v příhraničí s Polskem a Německem. Návrh vznikl pod záštitou Libereckého kraje v květnu roku 2010, kdy začal plán na realizaci celé Optimalizace a vyšel v platnost v prosinci téhož roku.

3.1.1 Situační analýza a důvody realizace projektu

Hlavními důvody a podněty vzniku projektu bylo neefektivní využívání dopravních prostředků v oblasti, dále řada nedostatků, nesplňující přání a požadavky cestujících. Podstatným důvodem byly i změny jak v železniční, tak autobusové dopravě. V železniční dopravě měly být zařazeny do provozu nové kvalitnější a ekologičtější vozy, které vzešly z veřejné zakázky, výše zmíněného projektu Jizerskohorské železnice, proto se Optimalizace snaží navýšit počet cestujících v železniční dopravě v nejsilnějších relacích (např. Liberec – Frýdlant). Dochází k využívání vlakové dopravy právě tam, kde je velké množství cestujících a v místech s menší obsazeností využívá především dopravu autobusovou u které byl zaveden takzvaný síťový efekt, tedy přímá návaznost na vlakové spoje. Stěžejním bodem celého projektu se stává doprava železniční.

3.1.2 Cíle projektu

U veřejných projektů tohoto typu se v rámci cílů nedá mluvit o cílech finančních, zisku či výdělečné činnosti, ale především o kvalitě poskytovaných služeb a spokojenosti zákazníků, v tomto případě cestujících. Ani zde není cílem ušetřit, ale jak zmiňuje kapitola 1.2, splnit přání cestujících s ohledem na jejich potřeby co se přepravování po kraji týče.

Hlavní cíle by se daly rozdělit na tři základní oblasti:

1. Primárním cílem je cíl **přepravní** – doprava cestujících za prací, do škol, školek, k lékaři či na úřady.
2. Druhým cílem je **doprava cestujících za turistickými atrakcemi** a do zajímavých míst. Nebo-li podpora turismus.
3. O třetím cíli by se dalo mluvit jako o již zmíněném **sítovém efektu** - plynulá návaznost autobusové a vlakové dopravy.

3.1.3 Principy a zásady projektu

Podstatnou otázkou jsou hlavní principy a zásady samotného projektu.

1. Na prvním místě stojí spokojenost a přání zákazníků, tedy cestujících. Stěžejní část tvoří doprava obyvatel za zaměstnáním, studiem a běžnými denními potřebami jako je návštěva lékaře, bank či úřadů.
2. S dopravou do zaměstnání je spojena jedna zásadní změna, a to snaha přizpůsobit dopravu běžnému třísměnnému pracovnímu provozu. V tomto případě není cílem jen zlepšit dopravu jako takovou, ale podpořit zároveň zaměstnanost kraje, představující zde velký problém.
3. Dalším principem je snaha zachovat stejný počet kilometrů s tím, že u vybraných málo využívaných spojů dojde ke zrušení a tyto kilometry budou přesunuty na více potřebná místa.
4. V neposlední řadě je zde důležitost spojů co se turismu týče. Doprava na zajímavá místa a za památkami, která by mohla celkově zvednout prestiž, úroveň kraje a podpořit jeho hospodářství.
5. Podstatné je využívání železniční dopravy jako primárního druhu dopravy, představující větší kapacitu, lepší kvalitu a nové moderní vozy.
6. Celkově jde o zkvalitnění, zpřístupnění a zjednodušení dopravy v kraji. Novinkou

jsou přímé vlaky z Liberce do konečných stanic jako je Nové Město pod Smrkem, Jindřichovice pod Smrkem, Bílý Potok pod Smrkem a Černousy. Při cestě do těchto míst již není nutné přesezat nebo měnit dopravní prostředek.

Projekt zasahující velké území, musí vycházet z dobré komunikace se všemi zúčastněnými. Proto byla zásadně důležitá spolupráce se všemi obcemi, jejich starosty a velkými zaměstnavateli jako je CiS Systems, Benteler, TRW či Průmyslová zóna JIH v Liberci, kterou zastupovala na jednání společnost Denso Manufacturing Czech. Právě tito zaměstnavatelé představují další oblast projektu, kde je snaha zavést dopravu pro jejich zaměstnance a nahradit tak soukromou dopravu jednotlivých zaměstnavatelů. Na jedné straně by bylo odlehčeno firmám a na druhé by došlo ke zvýšení využívanosti veřejné dopravy a přilákání více cestujících. V rámci projektu se povedlo dosáhnout kýžené integrace neveřejných linek do Průmyslové zóny JIH, což představuje dopravu pěti linek (z toho tři na Frýdlantsku), které denně přepraví v každém směru cca 600 zaměstnanců. V oblastních relacích (např. Frýdlantsko – Chrastava nebo do prům. Zóny sever) kde by také mohl být zaveden tento způsob dopravy zaměstnanců, zatím jednání nepřinesla velký úspěch, ale projekt je stále otevřen, tudíž není vyloučeno, že se do budoucna zaměstnanecká doprava i nadále bude rozšiřovat.

Návrh Optimalizace se ze začátku netěšil velkému úspěchu a spokojenosti mezi cestujícími. Vzhledem k faktu, že lidé povětšinou nejsou otevření změnám a inovacím, které nějak zasahují do jejich každodenních zvyklostí, byl projekt okolím zpočátku těžko přijímán. Obyvatelstvo však mělo možnost se v jeho celém průběhu vyjadřovat, podávat připomínky, stížnosti nebo návrhy, a to od jeho zveřejnění až po jeho realizaci. Hlavním z výstupů se staly nové jízdní řády, které byly pro řadu cestujících těžko akceptovatelné. Nejen neochota obyvatel přijmout novinky byla překážkou. Velkým problémem a narušením průběhu a plynulosti projektu byly povodně v roce 2010, které zničily velkou řadu frekventovaných silnic a železnic a byly následovány opravami, rekonstrukcemi, jenž zapříčinily dopravní omezení a zpoždění. O to hůře se obyvatelé s přicházejícími změnami vyrovnávali. S tímto je úzce spojen problém velké nezaměstnanosti kraje. Díky povodním bylo omezeno či dokonce zrušeno fungování několika jak velkých, tak menších podniků

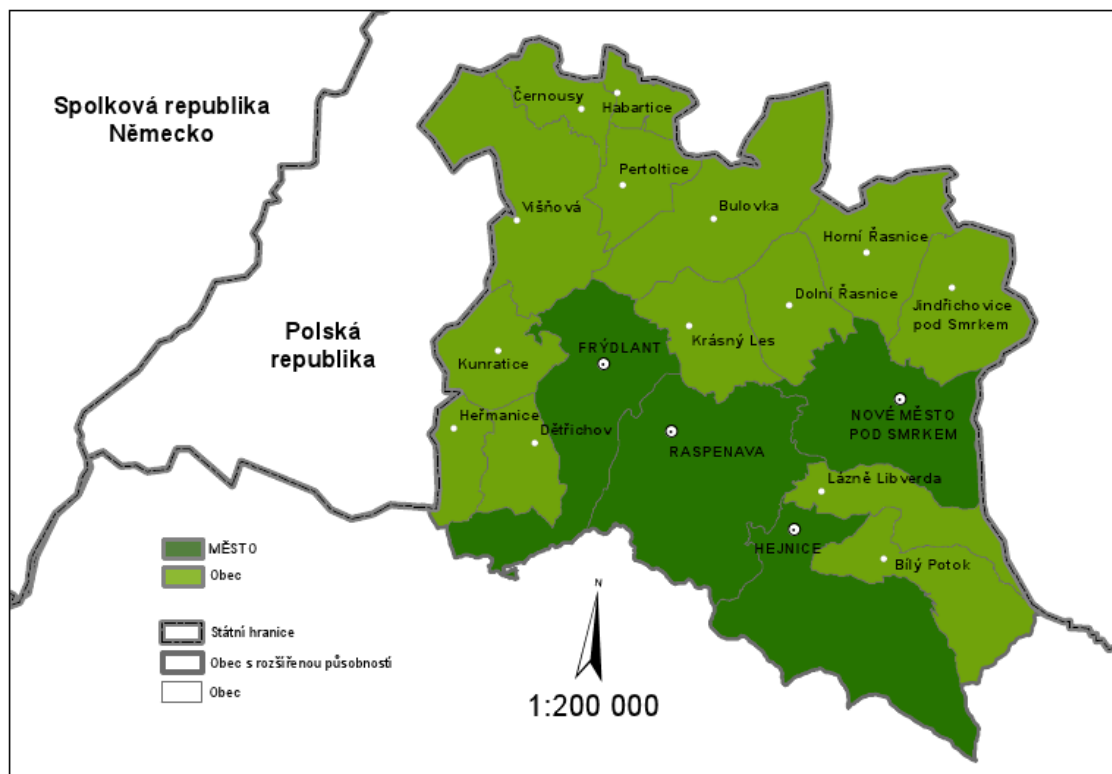
představující významný počet pracovních pozic. Lidé byli nuceni opustit dosavadní zaměstnání a mnoho z nich začala dojíždět do Liberce či jiných míst. I z tohoto důvodu bylo nutné přizpůsobit dopravní spojení aktuální situaci s cílem podpořit zaměstnanost a hospodářskou situaci v oblasti.

Za hlavní cíle by se tedy dala považovat spokojenost cestujících s ohledem na cíl jejich cesty, se zachováním stejného počtu kilometrů. Dále využívání železniční dopravy jako primárního dopravce s velkou kapacitou a větší kvalitou. Třetím podstatným bodem je podpora zaměstnanosti vycházející ze sestavení jízdních řádů na základě třísměnného provozu a ve spolupráci s velkými zaměstnavateli.

3.2 FRÝDLANTSKO

Analyzovaný projekt je zaměřen na oblast Frýdlantska, proto je nezbytně nutné se s touto oblastí seznámit a definovat její základní charakteristiky a vlastnosti. Následující text obsahuje vymezení oblasti Frýdlantska a údaje jako je struktura obyvatelstva, hospodářství či cestovní ruch a data o dojízdnosti. Tato část, jak definuje kapitola 1.1.6, je předprojektovou částí charakterizující a analyzující dosavadní situaci, oblast a základní východiska pro popis projektu a jeho cílů.

3.2.1 Vymezení oblasti



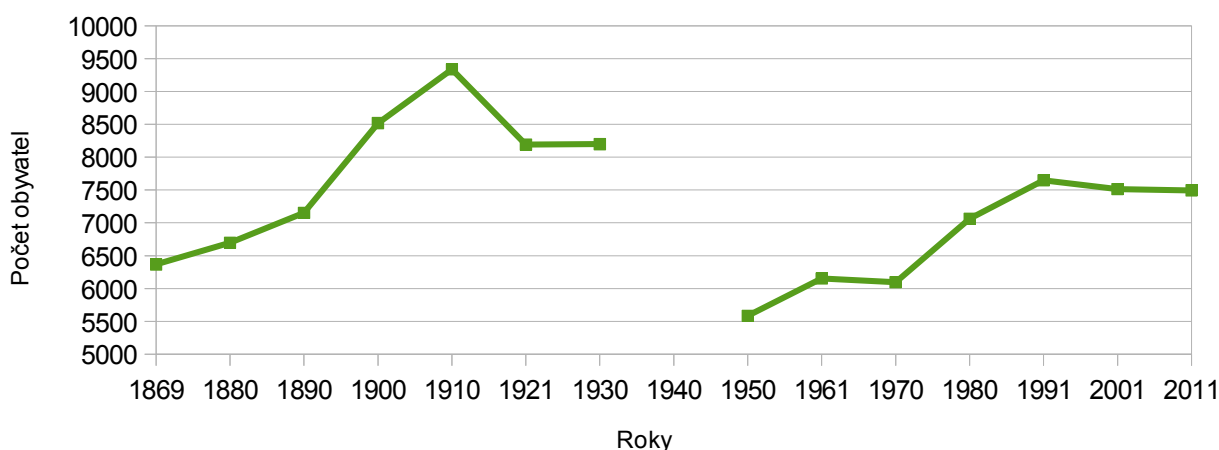
Obr. 7: Mapa správního obvodu Frýdlant

Zdroj: vlastní

Frýdlantsko je mikroregion ležící na severu České republiky skládající se ze čtrnácti obcí (Bílý Potok, Bulovka, Černousy, Dětrichov, Dolní Řasnice, Habartice, Heřmanice, Horní Řasnice, Jindřichovice pod Smrkem, Krásný Les, Kunratice, Lázně Libverda, Pertoltice, Višňová) a čtyř měst (Frýdlant v Čechách, Hejnice, Nové Město pod Smrkem a Raspenava). Obce byly původně součástí okresu Frýdlant, který byl však roku 1960 zrušen a od té doby náleží Libereckému kraji. Mikroregion se nachází v oblasti tak zvaného trojmezí, tedy v pohraničí s Polskem a Německem, jenž kraji dávají jeho typický charakter, vlastnosti, určité výhody, ale také řadu nevýhod. Přírodním centrem oblasti je ORP Frýdlant, kterým protéká řeka Smědá. Celá oblast je z jedné strany ohraničena státními hranicemi a z druhé strany tvoří přírodní hranici Jizerské hory s nejvyšší horou Smrk ve výšce 1124 m.n.m.

3.2.2 Obyvatelstvo

Vzhledem k tomu, že se jedná o příhraniční oblast, takzvanou sudetskou, její historie a vývoj je spojován s neustálým přílivem a odlivem obyvatelstva české a německé národnosti, který se silně projevoval na **počtu obyvatel** viditelném na Obr. 8, představujícím vývoj počtu obyvatelstva v letech 1869-2011 ve městě Frýdlant se zřetelnými osidlovacími vlnami. Jedná se o graf nespojitý z důvodu toho, neboť za války nedocházelo ke sčítání obyvatel. Data do grafu jsou získána z Historického lexikonu obcí⁴⁰ a Českého statistického úřadu⁴¹ - Sčítání lidu 2011. Momentálně se v celé oblasti ORP Frýdlant nachází necelých 28 tisíc obyvatel.



Obr. 8: Vývoj počtu obyvatel ve městě Frýdlant v období 1869-2011

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

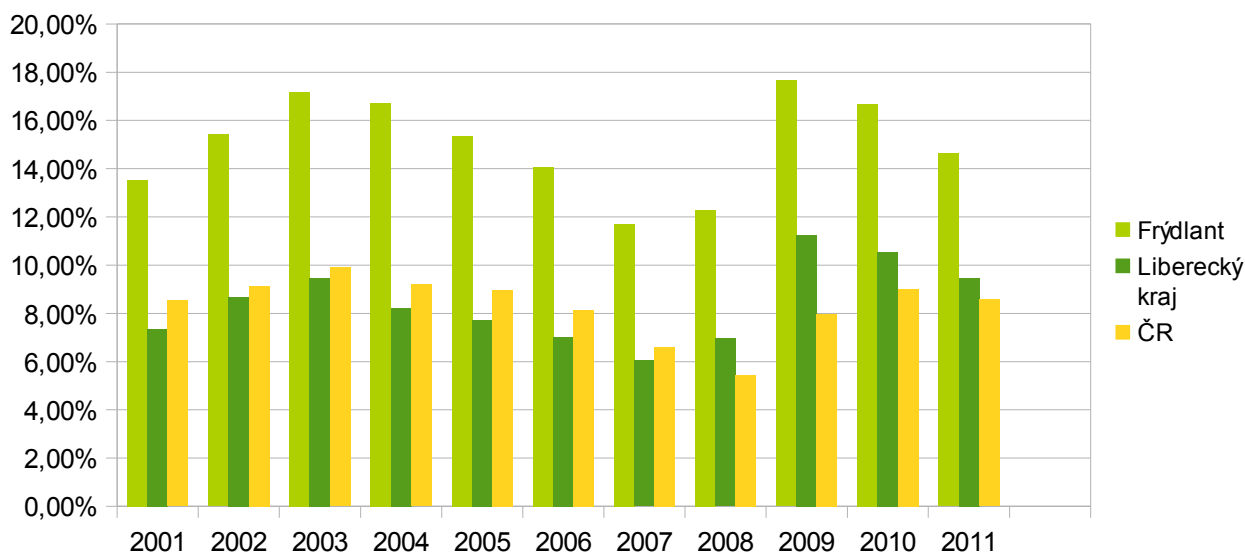
V každém městě oblasti se nachází základní škola, ve Frýdlantě rovnou tři spolu se třemi středními školami včetně osmiletého gymnázia, kterému ale hrozí zrušení, což by ještě zhoršilo situaci v oblasti. Ani za těchto podmínek však vzdělanost v oblasti nepředstavuje silnou stránku.

40 RŮŽKOVÁ, J. et al. *Historický lexikon obcí České republiky 1869-2005, I. díl*. 2006, 438 - 439. ISBN 80-250-1310-3.

41 ČSÚ. *Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. Český statistický úřad [vid. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podle-tematu&tu=30628&th=&v=&vo=null&vsouzemi=null&void=>

3.2.3 Hospodářství, průmysl a nezaměstnanost

Frýdlantsko je relativně chudý mikroregion, jak definuje odbor pro regionální rozvoj Libereckého kraje, jedná se o hospodářsky velmi slabou oblast⁴² s řadou problémů a nedostatků, kterými je převážně velká nezaměstnanost. Celková situace byla ještě více zhoršena povodněmi v srpnu roku 2010, kdy řada zaměstnavatelů byla nucena ukončit svou činnost. Tím se ještě více prohloubila, již tak problémová, nezaměstnanost. S více jak 14 % nezaměstnaností představuje oblast vyšší, než krajský průměr. Vývoj nezaměstnanosti, vycházející z dat Českého statistického úřadu⁴³, je znázorněný na Obr. 9.



Obr. 9: Vývoj nezaměstnanosti ORP Frýdlant

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

V oblasti se nachází necelých 6 000 ekonomických subjektů zastoupených převážně fyzickými osobami, které tvoří 84,5 %, ostatní jsou osoby právnické zastoupené zbylými 15,5 %. Většina podniků je zaměřena na sektor služeb a automobilový průmysl.

42 Regionální rozvoj – Liberecký kraj. *Hospodářsky slabé oblasti* [online]. Odbor regionálního rozvoje a evropských fondů [vid. 2013-04-25].

Dostupné z: <http://regionalni-rozvoj.kraj-lbc.cz/page1874/Hospodarsky-slabe-oblasti>

43 ČSÚ. *Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. Český statistický úřad [vid. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podle-tematu&tu=30628&th=&v=&vo=null&vsouzemi=null&void=>

3.2.4 Cestovní ruch

Zájmy, kultura a sport hrají v oblasti podstatnou roli. Na Frýdlantsku se nachází řada kulturních památek zastoupených například státním hradem a zámek Frýdlant nebo bazilikou Navštívení Panny Marie v Hejnicích. Významné jsou také sportovní aktivity, které jsou směřované převážně do oblasti Jizerských hor a jejich podhůří. Jedná se jak o zimní aktivity, tak letní s aktuální novinkou cyklo-střediskem Singltrek pod Smrkem.

Neméně důležité jsou příležitostné události typu Valdštejnské slavnosti či Jazzová dílna lákající nejen tuzemské turisty.

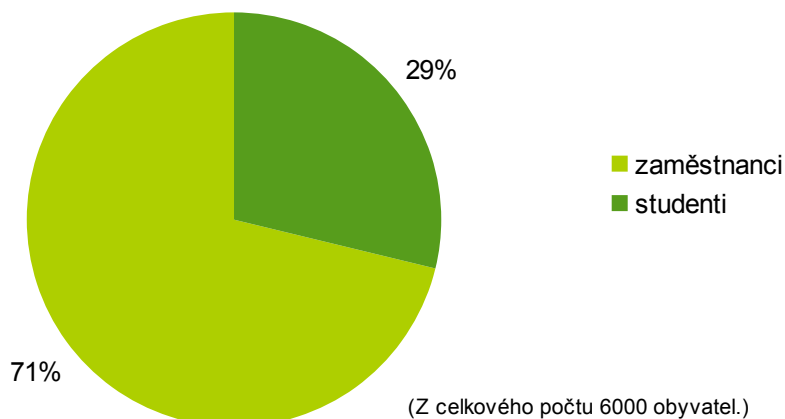
Region sice představuje oblast s relativně velkým turistickým potenciálem, ale díky řadě nedostatků a problémů spojených se službami, jako jsou nedostatečné a nekvalitní ubytovací kapacity, nevyhovující restaurační zařízení atd., není potenciál podpořen ani využit.

3.2.5 Infrastruktura a dojíždka

Infrastruktura na Frýdlantsku je tvořena silnicemi I., II. třídy a železnicí se třemi hlavními linkami. Oblast je také protnuta průtahem na Polsko, jenž silně ovlivňuje okolí. Důležitou roli hraje průjezd přes obec Albrechtice. Frýdlantsko leží na úpatí Jizerských hor a veškerá doprava je nucena jezdit přes tuto výše položenou oblast, což s sebou přináší řadu problémů především v období zimy, kdy se silnice i železnice často stávají neprůjezdnými. Ani železniční spojení nepředstavuje kvalitní a moderní způsob spojení mezi obcemi a městy.

Jak bylo zmíněno, jedná se o hospodářsky slabou oblast, a tak je dojíždění za prací nebo studiem každodenní nutností. Dle Statistického úřadu a posledního Sčítání lidu z roku

2011⁴⁴, bylo zjištěno, že ORP Frýdlant má necelých 6000 pravidelně dojíždějících, mezi něž jsou zařazeni studenti a zaměstnanci, jejichž rozdělení je vidět na Obr. 10.



Obr. 10: Dojíždějící zaměstnanci a studenti v oblasti Frýdlantska

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

3.2.6 SWOT analýza oblasti

Celková situace na Frýdlantsku se dá shrnout tzv. SWOT analýzou, kdy se jedná o zachycení silných stránek (strenghts), slabých stránek (weaknesses), příležitostí (oportunities) a hrozeb (threats). SWOT analýza vychází z podkladů firmy KORID LK.

44 ČSÚ. *Sčítání lidu, domů a bytů 2011* [online]. Český statistický úřad [vid. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podle-tematu&tu=30628&th=&v=&vo=null&vseuzemi=null&void=>

Tab. 4: SWOT analýza města Frýdlant

STRANGHTS – Silné stránky	WEAKNESSES - Slabé stránky
Spolupráce s okolními městy - nejen tuzemskými, ale především zahraničními v Polsku a Německu.	Malá propagace města.
Vybudování či podpora ubytovacích prostor a restauračních zařízení vyhovující kvality.	Neodpovídající množství a kvalita služeb (ubytovací kapacity, kvalita restauračních zařízení).
Sportovní vyžití , které je spojováno především s turistikou či cykloturistikou, jež se díky okolí a přírodě stává zásadním lákadlem pro řadu turistů.	Nevyužitý potenciál kraje, špatná propagace a marketing.
	Nevyhovující infrastruktura , špatná či nedostatečná spojení do okrajových míst, neodpovídající kvalita silnic a železnic.
OPORTUNITIES - Příležitosti	THREATS - Hrozby
Poloha Frýdlantska - pohraničí Polska a Německa, které přináší řadu výhod a možností.	Povodně 2010 , které s sebou přinesly zrušení řady firem a tak došlo ke snížení počtu pracovních míst.
Zajímavá a bohatá historie Frýdlantska lákající řadu návštěvníků a podporující turismus.	Velká nezaměstnanost a malé pracovní příležitosti.
Položení v podhůří Jizerských hor , které nabízí řadu sportovního vyžití jak v zimě tak v létě.	Hrozba zrušení Gymnázia Frýdlant
	Hrozba zrušení Nemocnice Frýdlant

Zdroj: vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

3.3 PRŮBĚH PROJEKTU

Jak vychází z teoretické kapitoly 1.1.6 Proces řízení projektů, byl projekt realizován v několika základních krocích, které byly důkladně zpracovány a vyvedeny z nich odpovídající závěry a řešení situace. Z teoretického hlediska by se celý postup dal rozdělit do tří základních fází – předprojektové, projektové a poprojektové, které jsou v tomto případě dále členěny na devět základních kroků.

Kroky projektu:

1. Důvody a cíle Optimalizace;
2. analýza Frýdlantska;
3. první návrhy na změny jízdních řádů a dopravy;
4. seznámení obcí s konceptem a konzultace s jednotlivými obcemi;
5. druhý návrh po vyjádření obcí;
6. seznámení obcí s novou, definitivní verzí konceptu;
7. informačně-marketingová kampaň – seznámení veřejnosti;
8. závěrečná jednání, úpravy a tvorba definitivních jízdních řádů;
9. marketingová kampaň pro přiblížení konceptu všem obyvatelům.

3.3.1 Důvody a cíle optimalizace

Tak jako každý projekt i tento musel vycházet z logických a smysluplných důvodů. V tomto případě se jednalo především o neefektivní využívání dopravních prostředků a dopravy ve Frýdlantském výběžku. Většina jízdních řádů vycházela z historických, zastaralých potřeb obyvatel a nepřizpůsobovala se novým potřebám a přáním dnešních cestujících, kteří mají jiné cíle a zvyky než měli před 20-ti a více lety.

Dalším podstatným důvodem realizace byl výsledek výběrového řízení na projekt Jizerskohorské železnice. Vítězem se stala spol. ČD a.s., což s sebou přineslo řadu nových, ekologičtějších a modernějších vozů s nízkopodlažním přístupem. Vozy byly nasazeny na hlavní trasy kraje, tudíž bylo nezbytné, aby jejich obsazenost a vytíženost byla dostatečně velká a přinášela tak maximální využití. Koncept se stal výchozím bodem pro Optimalizaci dopravy na Frýdlantsku a železniční doprava měla za cíl stát se páteřním dopravcem kraje.

Cíle optimalizace:

Na základě techniky SMART definované v kapitole 1.1.4 by cíl měl být definován pěti základními vlastnostmi, kterými jsou:

1. Specifikovatelnost – jasné určení, že se jedná o veřejnou dopravu v oblasti Frýdlantska.
2. Měřitelnost – nebo-li zhodnocení dosaženého výsledku, získaného pomocí nástroje dotazníkového šetření obsaženého v praktické části práce.
3. Akceptovatelnost – přijetí navrhovaných změn všemi zainteresovanými stranami, především cestujícími.
4. Dosažitelnost – realizovatelnost navrhovaných změn v dopravě a jízdních řádech.
5. Časové určení – přesné definování termínů a dat jako je například průběh projektu v letech 2010-2011.

Hlavním cílem Optimalizace se stalo zefektivnění a zkvalitnění dopravy v oblasti. Přinést cestujícím dostatečný, odpovídající komfort a kvalitu dopravy za příznivé ceny s využitím nových vozů Českých drah. Vytvořit z železniční dopravy stěžejní dopravní prostředek. Mezi širší cíle pak patří:

- Vytvoření kvalitní přepravní funkce – doprava do škol, zaměstnání a další každodenní cesty.
- Další funkcí je turistická – doprava za zajímavostmi a lákadly podporující kraj a jeho ekonomiku tím, že přilákají nové turisty.
- Třetím cílem je síťový efekt – nebo-li plynulá návaznost jednotlivých spojů a dopravních prostředků bez nadbytečného čekání či velké vzdálenosti mezi zastávkami. S tímto je blízce spojeno eliminování souběžných spojů na některých trasách – dopravní výkony získané odstraněním souběhů byly přesunuty na jiná, mnohdy více žádoucí místa.

3.3.2 Analýza Frýdlantska

Analýza zahrnuje charakteristiku veškerých zainteresovaných stran, které jsou teoreticky definovány v kapitole 1.1.5. Jedná se o jednotlivé obce, jejich potřeby a požadavky co se dopravy týče. Dále obsahuje seznamy všech škol, úřadů, lékařů a velkých firem. Obsahem analýzy je také charakteristika jednotlivých linek nacházejících se v oblasti, jejich názvy, jednotlivé zastávky a jejich vytiženost, dále počty kilometrů jim odpovídající či tržby z provozu jak individuálních dopravců tak samostatných linek. Nedílnou a podstatnou částí je komunikace s veřejností, která byla zastoupena školami a velkými zaměstnavateli. Kontakt s dotčenými probíhal na základě prezentací a dotazníkového šetření.

OBCE

V oblasti se nachází dvacet jedna obcí (osmnáct ze samotného Frýdlantska a tři z Mikroregionu Jizerské podhůří – Mníšek, Nová Ves, Oldřichov), kterým odpovídá okolo dvaceti osmi tisíc obyvatel, z toho dvanáct tisíc tvoří ekonomicky aktivní obyvatelstvo, tedy 42 % celkové zdejší populace. Z pohledu dopravy je důležité zmínit něco kolem sedm a půl tisíce obyvatel, kteří dojíždějí za prací. Další důležitou část tvoří studenti a žáci dojíždějící do škol, kdy se jedná o necelé dva a půl tisíce studentů a žáků. Dohromady tyto dvě základní skupiny představují největší potenciál pro dopravu a tvoří okolo 35 % obyvatelstva. Významnou skupinou jsou také občané důchodového věku, kteří patří mezi jednu z hlavních skupin využívajících autobusovou a železniční dopravu. Jejich počet je o něco větší než u studentů, okolo tří tisíc občanů důchodového věku, což činí 10 % obyvatelstva. Z celkového počtu tak 45 % občanů tvoří potenciální zákazníci autobusové či železniční dopravy. Veškeré tyto hodnoty získala firma KORID LK především ze svých interních dat jako je zúčtovací centrum IDOLu vycházející ze statistických dat karet Opuscard popř. od jednotlivých dopravců.

Jednotlivé obce jsou charakterizovány z pohledu požadavků a atraktivnosti dopravní obsluhy. Jedná se o cíle cesty jako je zaměstnání, školy, úřady či lékaři. Dále celkové počty

vyjíždějících a dojíždějících z a do obce. V příloze A1 jsou obce abecedně seřazeny s jednotlivými údaji.

Charakteristiky obcí

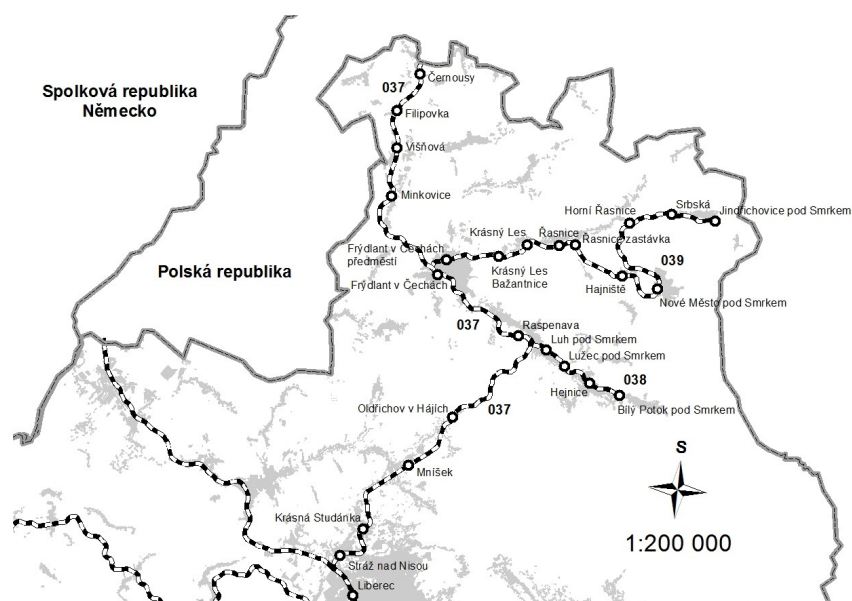
V příloze A2 lze nalézt tabulku pojednávající o jednotlivých obcích, co se počtu vyjíždějících občanů týče. Jedná se o cesty za prací, do školy a cestování lidí důchodového věku.

LINKY a jejich charakteristika

Veřejnou dopravu v oblasti zajišťují dva druhy dopravy :

1. Železniční doprava představující tři hlavní linky.
2. Autobusová doprava, původně tvořena čtrnácti linkami.

Vlaková doprava



Obr. 11: Železniční tratě Frýdlantska

Zdroj: vlastní

Páteřním dopravním prostředkem se má po Optimalizaci stát železniční doprava, která je na Frýdlantsku zastoupena třemi hlavními linkami znázorněnými na Obr.11:

- **trať 037 – Liberec – Frýdlant – Černousy**

Jedná se o nejvytíženější trať na Frýdlantsku, která vede z pohraničních Černous přes město Frýdlant až do krajského města Liberce, kam míří většina obyvatel jak za prací, studiem, tak za jinými každodenními cestami. Ze získaných hodnot firmy KORID LK jasně vyplývá, že na této trati je nejvytíženější úsek mezi Frýdlantem a Libercem, kdy z Frýdlantu ve všedních dnech cestuje okolo jednoho tisíce obyvatel, přibližně stejně jako do Frýdlantu dojíždí z okolních obcí. I o víkendech je tato část nejvytíženější, jedná se cca. o šest set cestujících do Liberce. V opačném směru, Liberec – Černousy, ve všedních dnech vyrazí z Liberce přibližně jedenáct set obyvatel. Hlavním cílem zůstává Frýdlant, následován Raspenavou a Hejnicemi, jako významnými turistickými cíli.

- **trať 038 – Raspenava – Hejnice – Bílý Potok pod Smrkem**

Tato trať je přímým napojením na trať 037 z Liberce. Za zmínku stojí, že od prosince 2011 je na tratích 037 a 038 provozována jedna přímá linka, tedy existuje přímé spojení z Liberce až do Bílého Potoka pod Smrkem. Vzhledem k již zmíněné turistické atraktivnosti je i tato linka vytížená nejen ve všedních dnech, ale i o víkendech, kdy se okolí stává jedním z hlavních cílů cestujících. Ve všední den využívá toto spojení mezi Raspenavou a Bílým Potokem okolo 350 obyvatel. O víkendech je tato linka vytížená přibližně třetinově.

- **trať 039 – Frýdlant – Nové Město pod Smrkem – Jindřichovice pod Smrkem**

Tato trať je spojníkem mezi Frýdlantem a Jindřichovicemi s významným bodem v Novém Městě pod Smrkem. Nejvytíženější úsek tvoří spojení mezi Novým Městem a Frýdlantem. Celkově tuto linku využívá ve všedních dnech okolo 300 obyvatel ve směru z Jindřichovic, kdy obyvatelé z Nového Města tvoří téměř 200 cestujících. Hlavním cílem je Frýdlant, kam cestuje asi 50 % obyvatel. Víkendové využití linky je asi poloviční. Do Frýdlantu v oba dny zavítá něco málo přes 100 obyvatel.

Autobusová doprava

V oblasti se před Optimalizací nacházelo čtrnáct autobusových linek, které byly obsluhovány osmnácti autobusy z Frýdlantské provozovny a další řadou vozů z jiných provozoven pro efektivnější spojení. Jednalo se o následující linky :

540050	Liberec – Mníšek – Mníšek, Fojtka
540060	Liberec – Mníšek – Nová Ves – Chrastava
540200	Frýdlant – Dětrichov – Heřmanice
540210	Frýdlant – Bulovka – Habartice/Bulovka, Dolní Oldříš
540220	Frýdlant – Hejnice – Lázně Libverda – Nové Město p. Sm.
540230	Frýdlant – Višňová – Višňová, Andělka
540240	Liberec – Mníšek – Frýdlant – Nové Město p. Sm.
540250	Frýdlant – Hejnice – Bílý Potok
540255	Frýdlant – Hejnice – Bílý Potok, Smědava
540260	Frýdlant – Dětrichov – Chrastava
540270	Frýdlant – Krásný Les – Jindřichovice p. Sm./H. Řasnice, Srbská
540280	Nové Město p. Sm., Ludvíkov – D. Řasnice – Jindřichovice p. Sm.
540290	Liberec – Mníšek – L. Libverda – Nové Město p. Sm.

Ukazatele Vlkm a Buskm

Pro analýzu a charakteristiku dopravy byly zavedeny dva ukazatele - Vlkm a Buskm. Jedná se ukazatele charakterizující především počet kilometrů jednotlivých tras. Ukazatel vychází z násobku roční četnosti a počtu ujetých kilometrů na jednotlivých linkách.

DOTAZNÍKY

Dotazníky představují významnou metodu sběru informací, jak uvádí kapitola 1.2.3, a tvoří jeden ze zásadních pilířů, jelikož pomáhají formulovat a realizovat cíl celého projektu. Hledají odpovědi na to, co občané chtějí, potřebují a přejí si. Dotazníky byly předkládány

největším skupinám potenciálních zákazníků, tedy velkým zaměstnavatelům, školám a zdravotnickým zařízením. Otázky se týkaly potřeb jednotlivých skupin cestujících - kolik zaměstnanců či studentů mají jednotlivé instituce, otázky týkající se jednotlivých směn a počtů vyučovacích hodin a místa dojezdu.

Ačkoliv společnost oslovila všechny instituce, kterých by se změny mohly nějakým způsobem dotýkat a jejichž odpovědi by mohly být velkou pomocí pro co nejefektivnější Optimalizaci, řada z nich na dotazníky nereagovala. Komunikace probíhala prostřednictvím emailů, ale také osobním setkáním s kompetentními osobami ve vybraných institucích a firmách. Ze škol reagovalo pouze okolo 40 % oslovených, a co se velkých zaměstnavatelů týče, pouze 20 %. Zdravotnická zařízení a jednotliví oslovení lékaři se v podstatě k Optimalizaci nevyjádřili vůbec.

3.3.3 První návrh jízdního řádu

V druhém bodě byl sestaven první návrh nového jízdního řádu, dle analýzy celé oblasti, potřeb jednotlivých obcí vycházející z dotazníků směřujících do řad zaměstnavatelů, škol a zdravotnických zařízení.

3.3.4 Seznámení obcí s konceptem a navrhovanými změnami

Dalším krokem bylo seznámení obcí se všemi novinkami a navrhovanými změnami, kdy obce měly možnost na jednotlivé návrhy reagovat.

Tato konzultační fáze probíhala především na základě osobních jednání se starosty měst, řediteli škol či jiných větších zainteresovaných institucí s možností se k situaci a návrhům vyjádřit. Seznamovací fáze probíhala formou prezentací, kde byly chystané a navrhované

změny představeny. Tato etapa neprobíhala přímo s veřejností, ale v podstatě s jejími zástupci, kteří měli možnost vyjadřovat se do konce března roku 2011 a veřejnost v následujícím kroku Optimalizace, v období od května do srpna téhož roku.

Informace se netýkaly pouze jízdních řádů. Obce a jejich zástupci byli seznámeni s principem systému IDOL, jeho výhodami a využíváním, který má cestujícím přinést větší komfort a jednodušší cestování.

3.3.5 Upravený návrh Optimalizace a opětovné seznámení obcí s konceptem

Pátým a šestým krokem bylo opětovné projednání a zvážení jednotlivých plánů na základě konkrétních připomínek a stížností. S přihlédnutím k požadavkům a připomínkám jednotlivých obcí byl vytvořen nový návrh jízdních řádů, který byl znovu konzultován s obcemi ve snaze dosáhnout co největší spokojenosti a efektivnosti celého projektu. Tento krok probíhal v období od května do srpna, kdy měli možnost se ke změnám vyjádřit nejen obce, jejich zástupci, ale také jednotliví cestující a občané formou veřejné ankety, která je konkrétněji charakterizována následně. Mezi nejčastější připomínku patřil nedostatek večerních spojů. Celkově na dotazník odpovídalo necelých 200 obyvatel Frýdlantska.

3.3.6 Informačně-marketingová kampaň

Informačně-marketingová kampaň probíhala koncem roku 2011 od října do prosince a představovala hlavní způsob propagace, který je teoreticky přiblížen v kapitole 1.2. Veřejnost byla informována jak o nové podobě jízdních řádů, tak opětovně o fungování systému IDOL. Informace byly veřejnosti dodávány všemi možnými formami. V první řadě veškeré novinky byly k nalezení na internetových stránkách IDOLu, které byly cíleně

vytvořeny za účelem seznámení veřejnosti s projektem, novými jízdními řády a IDOLem. Na stránkách IDOLu byl také zaveden tzv. "živý dokument" FAQ s nejčastějšími otázkami. Co se informovanosti obyvatelstva týče, osvěta probíhala i prostřednictvím klasických tiskovin včetně zpravodaje IDOL a regionální televize. Pro veřejnost byla přichystána kampaň s hosteskami, které rozdávaly informační letáky i nové jízdní řády, a to zcela zdarma. V rámci marketingové kampaně byla vytvořena řada letáků a prospektů s charakteristikami nových linek, přehledy změn po linkách, či tipy na cestu.

3.3.7 Realizované změny a novinky po Optimalizaci

První podstatnou změnou bylo přechíslování jednotlivých linek autobusů i vlaků z důvodu lepší orientace. Nová čísla linek byla uvedena v jednom z informačních letáků pro cestující. Aktuální názvy linek jsou tyto:

Vlaková spojení

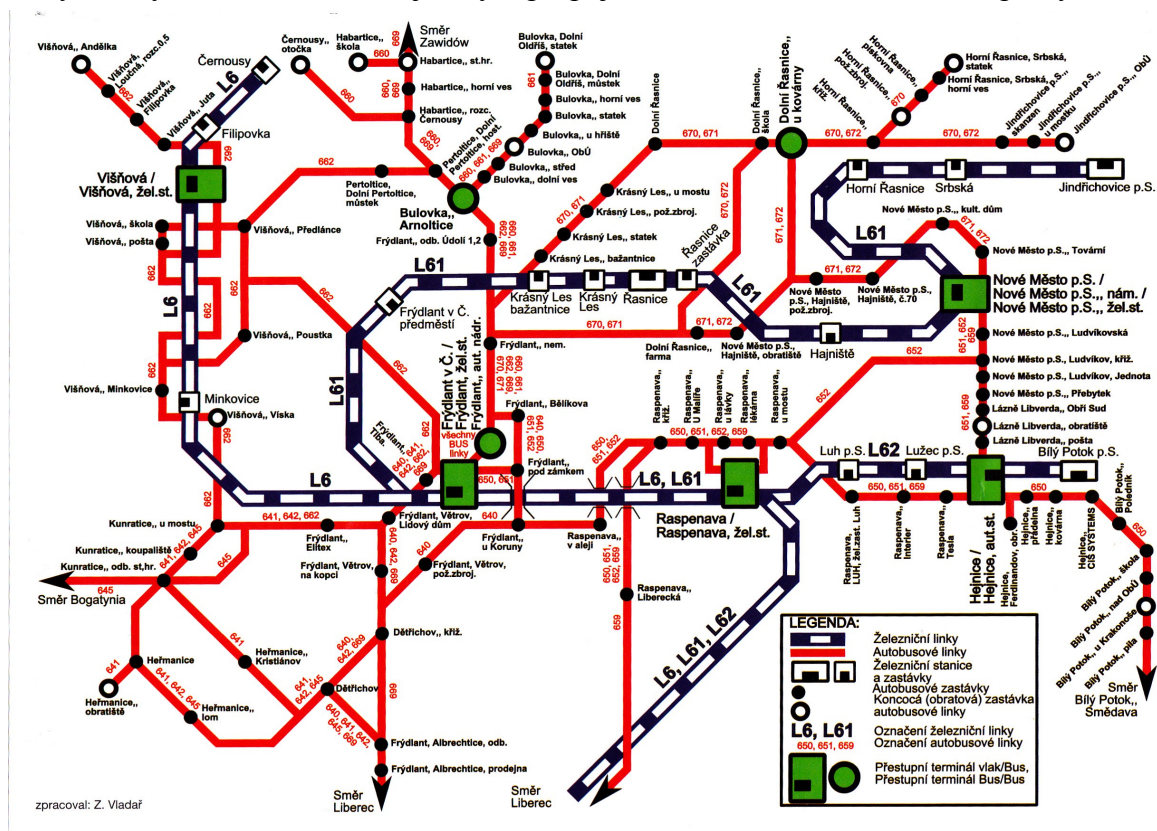
- L6** Liberec – Frýdlant – Černousy
- L61** Liberec – Frýdlant – Jindřichovice p. Smrkem
- L62** Liberec – Raspenava – Bílý Potok p. Smrkem

Autobusová spojení

- 071** Liberec – Mníšek – Chrastava
- 072** Liberec – Mníšek – Fojtka
- 640** Liberec – Mníšek – Frýdlant
- 641** Liberec – Mníšek – Heřmanice – Frýdlant
- 642** Liberec – Chrastava – Heřmanice – Frýdlant
- 645** Liberec – Heřmanice – Bogatynia
- 650** Frýdlant – Hejnice – Bílý Potok – Smědava
- 651** Frýdlant – Hejnice – Nové Město p. Smrkem
- 652** Frýdlant – Raspenava – Nové Město pod Smrkem (mimo Hejnice)

- 659 Liberec – Raspenava – Nové Město p. Smrkem
 660 Frýdlant – Bulovka – Habartice
 661 Frýdlant – Bulovka – Dolní Oldřiš
 662 Frýdlant – Višňová – Andělka
 669 Liberec – Frýdlant – Habartice – Sulikow – Zgorzelec
 670 Frýdlant – Horní Řasnice – (Srbská) – Jindřichovice p. Smrkem
 671 Frýdlant – Dolní Řasnice – Nové Město p. Smrkem
 672 Nové Město p. Smrkem – Jindřichovice p. Smrkem

Nová síť veřejné dopravy na Frýdlantsku je znázorněna na Obr. 12. Jsou zde vidět veškeré linky s novým číslováním a vzájemným propojením vlakové a autobusové dopravy.



Obr. 12: Autobusové a železniční linky na Frýdlantsku po Optimalizaci

Zdroj: KORID LK

V porovnání s původními linkami došlo především ke změnám v autobusové dopravě,

linky vlakové dopravy zůstaly nezměněny. Z původních čtrnácti autobusových spojů je nyní sedmnáct. Novinkou je řada přímých spojů do vybraných okrajových obcí jako je Bulovka, Habartice či Dolní Oldříš. Nové jsou spoje mezi Novým Městem pod Smrkem a Jindřichovicemi pod Smrkem, které mají především funkci spojení s železniční dopravou. Významné jsou dvě nové linky mířící za hranice do polských obcí Zgorzelec a Bogatynia. Ostatní spoje byly zachovány, popřípadě došlo k posunu jejich časů, aby lépe navazovaly na vlakovou dopravu. Výsledkem této změny byl nový jízdní řád s nově číslovanými linkami a změnami některých vybraných tras. Jízdní řád byl zpracován externí firmou a v rámci marketingové a seznamovací kampaně byl rozdáván obyvatelstvu zdarma.

Jedním z primárních cílů bylo z železniční dopravy vytvořit dopravu páteřní, která bude přepravovat největší podíl cestujících. Tohoto bylo dosaženo na základě návaznosti a propojenosti vlakové dopravy s autobusovou, kdy autobusy mají svozovou funkci k zastávkám vlaku. Díky nově zavedenému zónovému systému IDOL a kartě Opuscard mají její majitelé možnost zakoupit si jediný cestovní doklad i v případě přestupu mezi jednotlivými prostředky včetně MHD. Na základě tohoto se začala hojně využívat autobusová zastávka vedle vlakového nádraží ve Frýdlantě a v Novém Městě pod Smrkem byla za tímto účelem vybudována zcela nová, také vedle zastávky vlakové, aby byl cestujícím umožněn jednodušší a rychlejší přestup. Jízdní řády autobusů tak vycházejí především z vlakových spojů, na které mají plynule navazovat. Železniční doprava má za úkol být hlavním dopravním systémem a autobusová pouze doplňkem při nedostatečné kapacitě a v místech, kde není železniční trať.

Další cíl, kterého bylo v rámci projektu dosaženo, je spojení s Průmyslovou zónou. Konkrétně Frýdlantsko je pokryto třemi linkami, jenž zajišťují dopravu na třísměnný provoz do této oblasti.

Významné pro obyvatele odlehlých oblastí je zavedení přímých spojů do koncových stanic jako je Bílý Potok, Jindřichovice pod Smrkem či Černousy a v rámci autobusů se jedná o Habartice, Bulovku, Višňovou nebo Heřmanice.

4 ANALÝZA A HODNOCENÍ POMOCÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Projekt Optimalizace veřejné linkové dopravy v oblasti Frýdlantska byl realizován koncem roku 2011 a vzhledem k jeho již více než roční působnosti je nyní potřeba ho zhodnotit. Cílem této části je analýza a hodnocení úspěšnosti projektu s využitím dotazníkového šetření. Optimalizaci předcházela význačná projekt týkající se Jizerskohorské železnice, jehož výsledkem bylo výběrové řízení na nové vlaky, které mají cestujícím přinést větší komfort a pohodlí. Z tohoto konceptu vychází jeden ze základních cílů a bodů, kterým je zavedení železniční dopravy, jako páteřního dopravce. Dalším z cílů bylo logické a účelné postavení jízdních řádů odpovídající otevíracím dobám úřadů, lékařů, ale také třísměnnému provozu či školám. Nejen běžné, každodenní cesty, však hrají důležitou roli, ale i podpora turismu a zatraktivnění okolí se stalo významným bodem Optimalizace, ke kterému jízdní řády přihlíží.

4.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ FIRMY KORID LK

Projekt byl realizován Libereckým krajem pod vedením firmy KORID LK, která zpracovává a realizuje celý koncept. Základní informace pro Optimalizaci byly získávány na základě **dvou dotazníkových šetření**.

1. **První dotazníkové šetření** bylo součástí předprojektové analýzy a bylo zaměřeno na velké instituce a jejich zástupce. Jednalo se o dotazníky pro firmy, školy a zdravotnická zařízení, charakterizující jejich zaměstnance či studenty.
2. **Druhé dotazníkové šetření** bylo následně realizováno ve fázi konzultační, kdy byla předkládána anketa široké veřejnosti s otázkami zaměřujícími se na jejich cestovní zvyklosti, přání, potřeby a stížnosti.

Výchozím, pro popis dotazníkového šetření firmy KORID LK, se stala kapitola 1.2.4 Tvorba dotazníků, podle níž byla definována jeho metodika, respondenti, způsob dotazování a konstrukce otázek.

4.1.1 Způsob dotazování

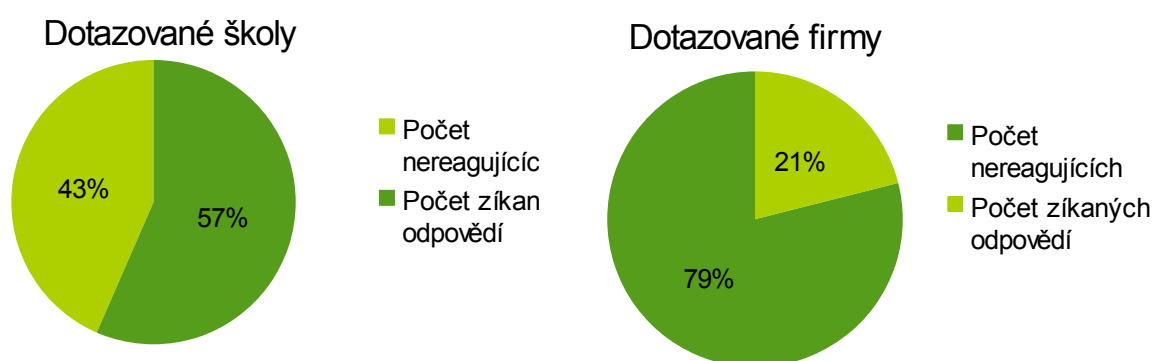
První dotazníkové šetření probíhalo ve spolupráci se starosty, velkými firmami, školami a zdravotnickými zařízeními. Jednomu ze zástupců zmíněných skupin byl předložen shrnující dotazník popisující základní charakteristiky, jako jsou počty zaměstnanců/žáků a pracovní doby/školní hodiny.

V případě **druhého dotazníkového šetření** se jednalo o získávání primárních dat a informací. Šetření probíhalo v období od května do června roku 2011 pomocí hostesek, které osobně docházely za cestujícími a předkládaly jim dotazníky. Kontakt s cestujícími byl především na zastávkách a v dopravních prostředích. Hostesky měly za úkol postihnout všechny spoje a různé časy, především špičky. Jednalo se o pět párů dotazujících. Tento způsob dotazníkového šetření je sice časově náročnější, ale přináší přesnější data vzhledem k faktu, že v případě nepochopení otázky byla možnost osobního vysvětlení. Hostesky mohly dotazované lépe motivovat a vysvětlit smysl ankety. Dotazník byl také k nalezení na internetových stránkách, ale k jeho vyplnění touto formou došlo asi jen ve dvou případech. Celkově bylo předloženo přibližně 200 dotazníků v dotčené oblasti.

První dotazník realizovaný firmou se stal výchozím pro následné, **druhé dotazníkové šetření**, které bylo provedeno v rámci diplomové práce a mělo zjistit aktuální situaci a spokojenost. Některé otázky byly ponechány, jiné upraveny či přidány nové, aby lépe charakterizovaly momentální stav a pomohly budoucímu zlepšení.

4.1.2 Specifikace respondentů

Hlavními dotazovanými, v případě **prvního dotazníku**, byli především zástupci velkých skupin potenciálních cestujících. Z dvaceti tří dotazovaných škol odpovědělo pouze třináct a mezi velkými firmami byla zpětná reakce ještě slabší, jen dvanáct vyplněných dotazníků z padesáti sedmi předložených, jež můžete vidět na Obr. 13. Zdravotnická zařízení nereagovala v podstatě vůbec.



Obr. 13: Návratnost dotazníků

Zdroj: vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

Pro **druhý dotazník** byl vzorek respondentů vybírán se snahou zachytit cestující na všech trasách a v různých časech.

4.1.3 Konstrukce otázek

Dotazník **prvního typu** obsahoval otázky převážně otevřeného typu. Dotazovaný mohl svobodně odpovědět na položenou otázku. Vzhledem k tomu, že se povětšinou jednalo o typ otázek s jednoslovnými či číselnými odpověďmi, jeho vyplňování nebylo tolik náročné. Konkrétní dotazník je přílohou B1.

Mezi základní otázky patřily:

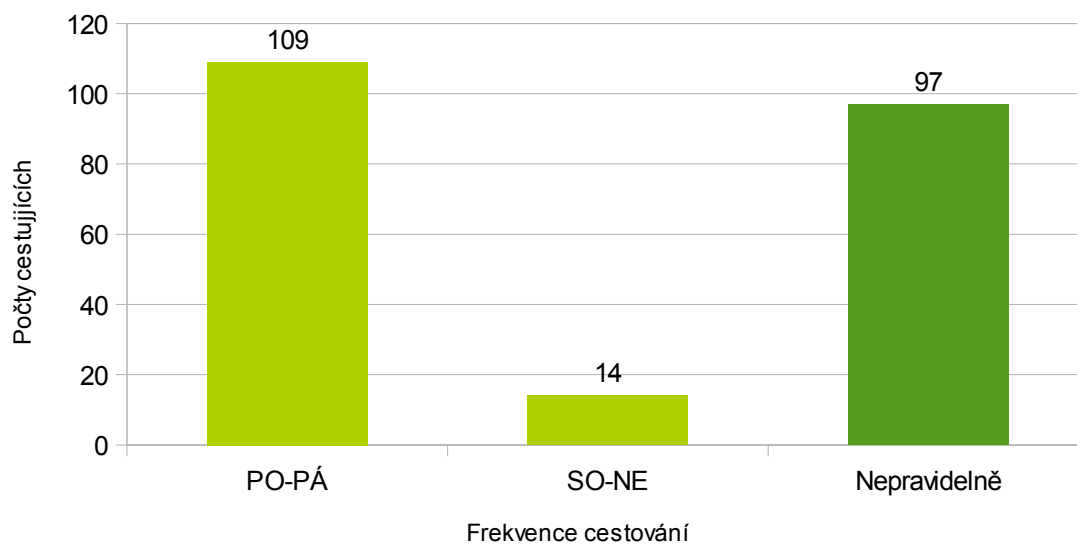
- Kolik zaměstnanců/žáků má vaše společnost/škola?
- V kolik hodin je potřeba, aby zaměstnanci/žáci byli přítomni.
- V kolik hodin odchází zaměstnanci/žáci domů?
- Z kterých hlavních oblastí k Vám zaměstnanci/žáci dojíždí?
- Kolik lidí se nachází v jednotlivých směnách?
- Byli byste ochotni v případě podstatných důvodů diskutovat o posunutí pracovní doby/začátku vyučování?

Otázky **druhého dotazníku** byly rozděleny do tří základních částí. První se týkala dopravy jako takové - odkud kam cestující jezdí, v jakých časech, frekvencích a který dopravní prostředek používají. Další část se týkala znalosti karty Opuscard a tarifu IDOL. Třetí oblast nabízela vyjádření vlastních názorů, stížností a připomínek. Jednalo se převážně o otevřené otázky s možností volného projevu, ale nacházely se zde také otázky uzavřené s možností vybrání již definované odpovědi.

Tento dotazník se následně stal východiskem pro tvorbu nového dotazníku a následného srovnání, zhodnocení a posouzení momentálního stavu situace. Klíčové informace jsou vyhodnoceny v následném textu. Dotazník je uveden v příloze B2.

Otázka na dobu cestování měla následující možné odpovědi:

- Cestuji pravidelně SO-NE – 14 cestujících.
- Cestuji pravidelně PO-PÁ – 109 cestujících.
- Cestuji nepravidelně – 97 cestujících.

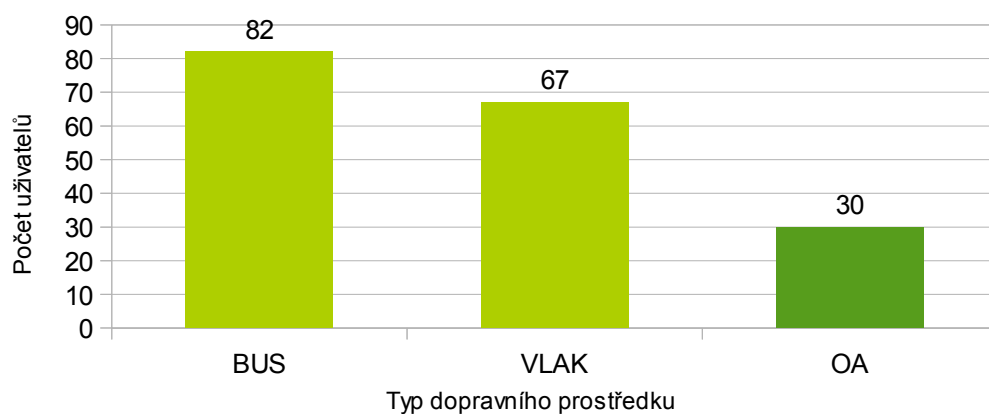


Obr. 14: Frekvence cestování

Zdroj: vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

Dle typu dopravních prostředků, které jsou využívány, vyšly následující hodnoty :

- Počet cestujících využívající autobusovou dopravu – 82.
- Počet cestujících využívající vlakovou dopravu – 67.
- Počet cestujících využívající osobní automobil – 30.



Obr. 15: Používané dopravní prostředky

Zdroj: vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

Dle dotazníků byl vlak využíván téměř 37 % obyvateli, zatímco autobus téměř 42 %. Autobus se těšil větší oblibě pravděpodobně proto, že autobusové zastávky se nalézají přímo v centrech, kdežto vlaková nástupiště povětšinou na okrajích měst.

Na otázku - „*Víte, že tarif IDOL umožňuje při využití jízdy s čipovou kartou Opuscard cestovat za stejnou cenu vlakem, autobusem i MHD a při přestupování není nutné kupovat novou jízdenku?*“ :

- ✖ Ano, ale nevyužívám – 33.
- ✖ Ano, ale využívám nepravidelně – 5.
- ✖ Ano, využívám pravidelně – 52.
- ✖ Ne, ale nabídka mě zajímá (chci další informace) – 45.
- ✖ Ne, nabídka mě nezajímá/nevyužil(a) bych ji – 27.

Vzhledem ke spojitosti celého projektu se systémem IDOL bylo zjišťováno, zda ho cestující využívají. Z dotazovaných vlastnilo kartičku systému IDOL 45 % z nich, ale ne všichni ji aktivně využívali. Mezi pravidelné uživatele se řadilo okolo 58 % vlastníků karty, nepravidelně kartu používalo 6 % a 37 % ji nepoužívalo vůbec.

Mezi nejčastěji zmiňované cíle cesty patřilo zaměstnání, škola, lékaři či úřady, ale také nákupy nebo kultura. Řada cestujících zmínila vlastnictví železniční karty IN-KARTA nebo režijního průkazu, které představují určitou konkurenci karty Opuscard, ale pouze v železniční dopravě.

4.2 VLASTNÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V rámci projektu realizovaného firmou KORID LK proběhla dvě dotazníková šetření, která jsou definována a přiblížena v kapitole 4.1. Tyto dva dotazníky se staly výchozím bodem pro tvorbu třetího dotazníkového šetření, jenž vzniklo jako součást diplomové práce. Třetí šetření se stalo nástrojem pro získání aktuálních informací o dopravě

a spokojenosti cestujících. Tyto informace mají následně sloužit pro zhodnocení momentální situace a úspěšnosti projektu. Samotný dotazník je k nahlédnutí v příloze C1. I zde celá metodika tvorby a popisu dotazníku vychází z teoretické části kapitoly 1.2.

4.2.1 Způsob dotazování

Primárně byly dotazníky předloženy respondentům z blízkého okolí. Dále Gymnáziu Frýdlant, firmě Novus, ZŠ v Habarticích a Bulovce či ZŠ Husova a jejím zaměstnancům. Nejvýznamnější fází dotazování představoval osobní kontakt s cestujícími v autobusech hlavních autobusových spojů nebo na zastávkách.

4.2.2 Specifikace respondentů

Při výběru respondentů byla snaha oslovit cestující ze tří největších skupin: studentů, pracujících a důchodců, kteří jsou nejčastějšími uživateli veřejných dopravních prostředků. Posléze bylo zjištěno, že největší a nejpravidelnější skupinou uživatelů jsou studenti, proto jejich počet v šetření převažuje. Pracující velmi často využívají osobní automobily na úkor veřejné dopravy. Co se lidí důchodového věku týče, jedná se o skupinu, která je snadno přizpůsobitelná podmínkám, tudíž není tak náročná na požadavky.

4.2.3 Konstrukce otázek

Podle metodiky definované v kapitole 1.2.4 Tvorba dotazníků, mají otázky převážně uzavřený, popř. polouzavřený charakter, kdy většina z nich nabízí jasně dané odpovědi. V některých případech se jedná o typ dichotomický, nabízející pouze dvě možné odpovědi, v jiných případech je odpovědí uvedeno více. Pouze jedna otázka má čistě otevřený charakter a umožňuje cestujícímu volně se vyjádřit, má být cestou zjištění základních problémů, přání a stížností cestujících. V dotazníku se objevují také otázky filtrační, které dotazovaného, v případě určité odpovědi, směřují k vynechání vybraných otázek.

Dotazník má logickou strukturu rozdělenou do 4 základních oblastí:

- První část jsou úvodní otázky identifikující dotazovaného.
- Druhá oblast je věnována kartě Opuscard, tarifu IDOL a jeho výhodám.
- Ve třetí části se nalézají konkrétní otázky na cestování dotazovaných.
- Závěrečná část se týká projektu Optimalizace - včasné a dostatečné seznámení s novinkami, spokojenost a možnost volného vyjádření.

Otázky byly formulovány co nejjednodušeji bez zavádějících odpovědí či formulací. Stejně tak výběr převážně uzavřených otázek měl pomoci jeho vyplňování a následnému vyhodnocování. Uzavřené otázky urychlují celý proces tím, že dotazovaný nemusí vymýšlet vlastní odpovědi a nic vypisovat.

Čtyři základní oblasti otázek pomohou získat informace a data pro následný postup při návrhu změn. Jednotlivé oblasti by měly přinést následující informace:

1. První dvě otázky představující cestujícího, jeho bydliště a typ osoby. Pomáhají dát přehled o tom, zda byla vybrána vhodná struktura respondentů.
2. Otázka číslo 3 a její 3 podotázky odpovídají na znalost karty Opuscard a tarifního

systému IDOL, který je neoddělitelně spjat s celou Optimalizací. Otázky zjišťují, zda propagace proběhla úspěšně a měla požadovaný efekt.

3. Otázka č.4 charakterizuje cestujícího z pohledu jeho cestovních návyků. Pomáhá zjistit nedostatky a chyby v dopravě či jízdních řádech. Ukazují zásadní problémy a chyby, které cestující těžko akceptují a následným návrhem na změnu se je pokusit, pokud možno, odstranit.
4. Závěrečné otázky 5-8 se týkají samotné Optimalizace. Zjišťují seznámenost cestujících s projektem, jejich spokojenost s novým vozovým parkem a konkrétní přání, potřeby a stížnosti.

4.2.4 Pilotáž

Pilotáž dotazníku měla za cíl nalézt zásadní chyby a pomoci jeho vylepšení a pochopení. Dotazník byl předložen pěti osobám. S některými byl vyplněn osobně, jiní ho vyplnili samostatně. Na základě jejich následných komentářů a odpovědí bylo nutné poupravit otázku č. 1, na kterou v jednom případě bylo odpovězeno celou adresou dotazovaného, jednalo se tedy o příliš osobní odpověď. Dále bylo nutné zvýraznit dodatky v případě filtračních otázek.

4.2.5 Vyhodnocení dotazníku

V rámci dotazníkového šetření, probíhajícího v období 22. - 31. 3. 2013, bylo vyplněno 271 dotazníků. Veškeré výsledky byly zaznamenány a následně vyhodnoceny dle pořadí a struktury dotazníku, který byl, dle výše zmíněného, rozdělen na čtyři oblasti, týkající se:

charakteru respondentů, znalosti karty Opuscard, cestovních zvyklostí dotazovaného a spojitost s Optimalizací.

1. Oblast otázek - respondenti

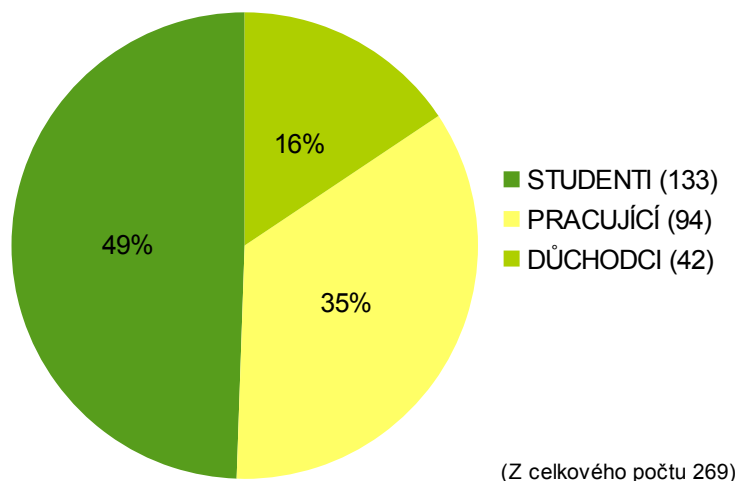
První dvě otázky charakterizovaly respondenta a jeho bydliště. Pokrytí jednotlivých obcí a měst dotazníkem lze vidět v Tab. 5. Celkově bylo získáno 271 dotazníků od tří skupin cestujících. Studenti představovali nejpočetnější skupinu (133 vyplněných dotazníků), dále následovali pracující občané (94 dotazníků) a poslední byli lidé důchodového věku (42 dotazníků). Tab. 5 představuje nejen místní pokrytí dotazníky, ale také rozdělení mezi jednotlivé skupiny.

Tab. 5: Sběr dotazníků po obcích

	SBĚR DOTAZNÍKŮ PO OBCÍCH			
	Celkový počet	Studenti	Pracující	Důchodci
Andělka	3	1	0	2
Arnoltice	8	3	2	3
Bílý Potok	9	4	3	2
Bulovka	4	2	2	0
Černousy	2	2	0	0
Dětrichov	3	2	1	0
Frýdlant	45	23	21	3
Habartice	11	6	4	1
Hajniště	1	1	0	0
Hejnice	21	11	7	3
Heřmanice	2	1	1	0
Přebytek	2	1	1	0
Jindřichovice	12	7	4	1
Krásný Les	7	4	2	1
Kunratice	3	1	1	1
Lázně Libverda	5	2	1	2
Liberec	25	11	11	3
Mníšek	4	2	1	1
Nové Město p.S.	39	20	11	8
Oldříš	1	1	1	0
Pertoltice	5	3	1	1
Raspenava	38	15	14	6
Řasnice	8	4	3	1
Stráž	1	1	0	0
Višňová	14	7	4	3

Zdroj: vlastní

Při pokládání dotazníku byla snaha rovnoměrně pokrýt celou strukturu oblasti. Počty zástupců jednotlivých skupin jsou znázorněny na Obr. 16.



Obr. 16: Struktura dotazovaných obyvatel

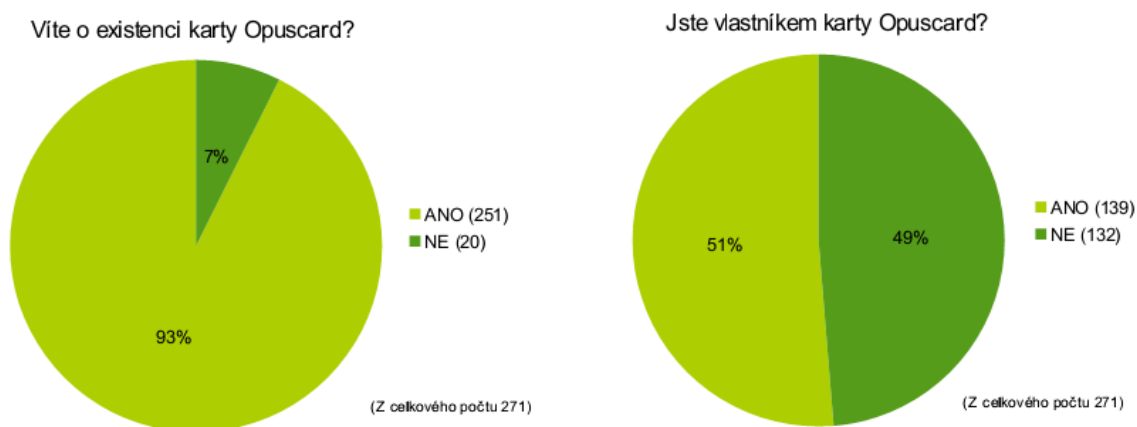
Zdroj: vlastní

Jak z obrázku vyplývá, poměr dotazovaných skupin není zcela rovnoměrný. Převažují studenti, kteří tvoří téměř polovinu všech dotazovaných. Během sběru bylo zjištěno, že tento počet a poměr není zcela náhodný, protože hlavními uživateli jsou právě studenti. Skupina pracujících nepředstavuje velké číslo z důvodu, že velké množství těchto obyvatel dojíždí za prací osobními automobily a obyvatelé důchodového věku necestují tak pravidelně a často jako první dvě skupiny.

2. Oblast otázek – karta Opuscard

Druhá část dotazníku byla věnována znalosti tarifu IDOL, dále vlastnictví a využívání karty Opuscard. Jednalo se filtrační otázku č. 3 se třemi podotázkami. Dotazovaný, v případě odpovědi NE na 1. otázku, byl automaticky nasměrován na otázku čtvrtou s vynecháním tří podotázek.

Z šetření bylo zjištěno, že 93 % (251) dotazovaných ví o existenci karty Opuscard. Z toho vyplývá, že informovanost v kraji na toto téma je relativně velká. Majitelů karty je však mnohem méně, pouze 51 % (138). Ve srovnání s původním šetřením došlo k mírnému nárůstu, a to o 6 %. Obě otázky jsou znázorněny graficky na Obr. 17.



Obr. 17: Znalost a vlastnictví karty Opuscard

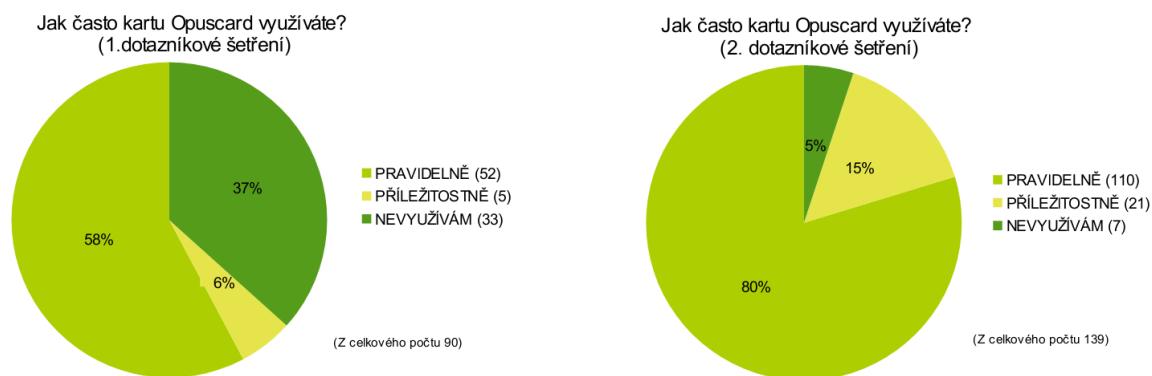
Zdroj: vlastní

Další z podotázek se týkala využívání karty Opuscard. Z 1. grafu Obr. 18, kde lze vidět celkové hodnoty a počty uživatelů, vyplývá, že majitelé karty ji využívají relativně často. Celých 80 % z nich kartu využívá pravidelně. Příležitostní uživatelé tvoří 15 % a neaktivních uživatelů je zbylých 5 %. Ve srovnání s předchozím šetřením došlo k velkému nárůstu aktivních uživatelů, které je možné vidět v Tab. 6 a na Obr.18.

Tab. 6: Srovnání výsledků používání karty Opuscard v rámci 2 dotazníkových šetření

	1. Dotazník	2. Dotazník	Rozdíl
PRAVIDELNĚ	58% →	80%	22%
PŘÍLEŽITOSTNĚ	6% →	15%	7%
NEVYUŽIVÁM	38% →	5%	-33%

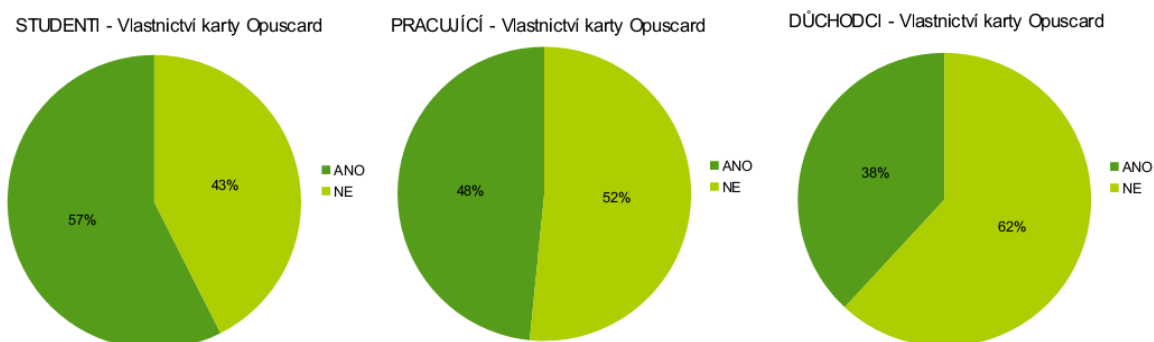
Zdroj: vlastní



Obr. 18: Srovnání využívání karty Opuscard v rámci dvou dotazníkových šetření

Zdroj: vlastní

Z hodnot dotazníkového šetření je možné zobrazit procentuální vyjádření vlastnictví karty v rámci jednotlivých skupin uživatelů. Lze tak nastínit, kteří z nich mají k užívání karty blíže a u kterých je potřeba podpořit její propagaci a zajímavost. Jak vykresluje Obr. 19, u studentů vlastní kartu 57 % dotazovaných, u pracujících ji má téměř každý druhý a u důchodců vlastní kartu Opuscard jen 38 % dotázaných.

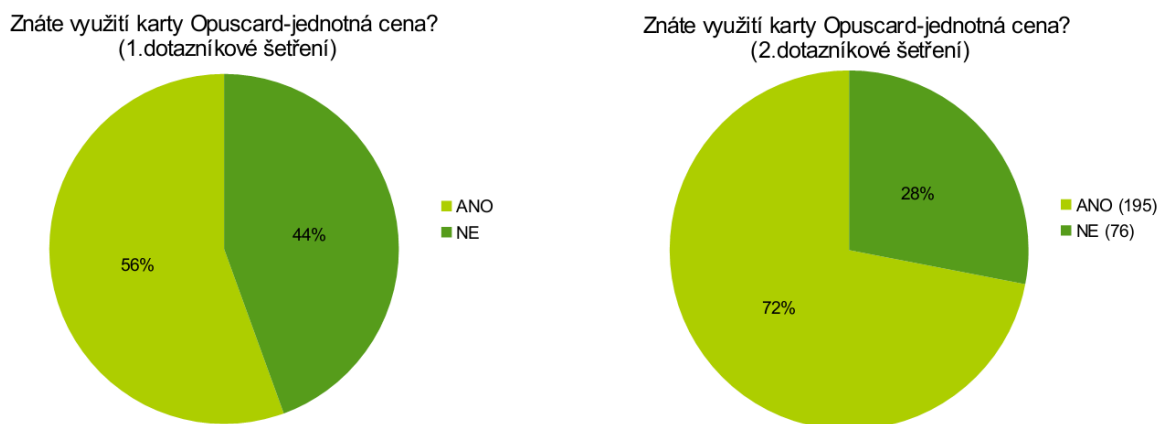


Obr. 19: Vlastnictví karty Opuscard v rámci 3 skupin cestujících

Zdroj: vlastní

Poslední otázka této části byla převzata z původního dotazníku firmy KORID LK: „Víte, že tarif IDOL umožňuje při využití jízdy s čipovou kartou Opuscard cestovat za stejnou cenu vlakem, autobusem i MHD a při přestupování není nutné kupovat novou jízdenku?“

Cílem bylo zjistit, k jaké změně v informovanosti došlo během doby od realizace projektu. Výsledky jsou znázorněny na Obr. 20, kde je viditelný nárůst informovanosti, a to o 16 %.



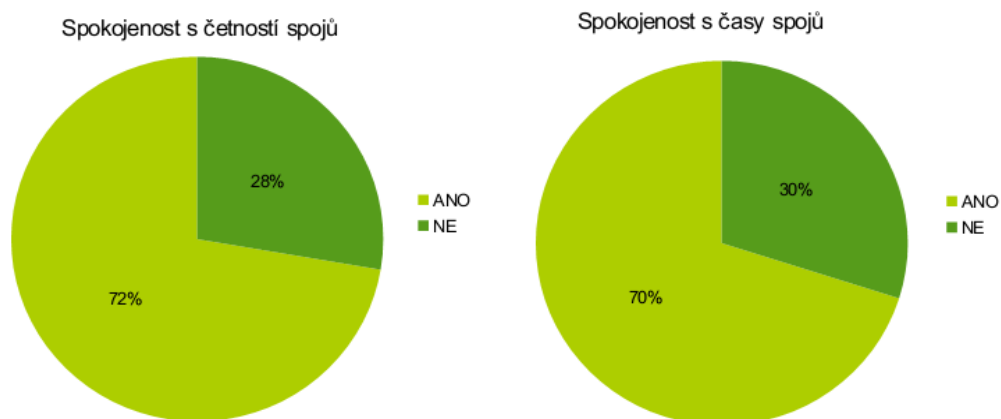
Obr. 20: Znalost využití karty Opuscard – srovnání 1. a 2. dotazníkového šetření

Zdroj: vlastní

3. Oblast otázek – cestovní zvyklosti

Třetí část byla věnována cestovním zvyklostem jednotlivých cestujících, tedy definování a charakterizování jejich vybrané a nejčastěji využívané trasy, popřípadě konkrétním připomínkám a poznámkám.

Jedna z otázek byla orientována na spokojenost s časy a četností spojů. Výsledky šetření jsou znázorněny na Obr. 21, který ukazuje přibližně 70 % spokojených s oběma vlastnostmi.



Obr. 21: Spokojenost s četností a časem spojů

Zdroj: vlastní

Jednotlivé linky a trasy byly jak kritizovány, tak se občas objevila i pochvala aktuálních změn jako je přímá návaznost na vlakovou dopravu nebo doprava na třisměnný provoz. Hlavní stížnosti se ozývaly především z okrajových a méně frekventovaných obcí či míst s nevyhovujícím spojením. Jednalo se především o Višňovou, Bílý Potok, Jindřichovice pod Smrkem a Andělku. Jako hlavní nedostatek byly zmiňovány nedostatečné spoje o víkendech, ve večerních hodinách a brzké víkendové spoje na ranní směny. Z konkrétních obcí a problémů jsou zmíněny následující:

- Andělka – špatná návaznost na pracovní dobu.
- Bílý Potok – málo večerních spojů a některé spoje končící v Hejnicích.
- Bulovka – málo víkendových spojů.
- Dětrichov – málo spojů na ranní směny a chybějící večerní spoje.
- Habartice – neustálé problémy s řidiči, dodržováním jízdního řádu a vynecháváním zastávek. Vysazení cestujících (dětí) mimo zastávku u hlavní silnice.
- Hejnice – zbytečně brzký odjezd vlaku z Hejnic a následné deseti minutové čekání v Raspenavě.
- Heřmanice – chybějící víkendové a večerní spoje.

- Jindřichovice pod Smrkem – ranní spoj nejezdí přes Řasnici, kam dojíždí řada lidí např. do školky a jsou tak nuceni jet do Frýdlantu a následně zpět do Dolní Řasnice.
- Lázně Libverda – špatná návaznost na vlakové spoje.

Další zmíněné problémy byly následující:

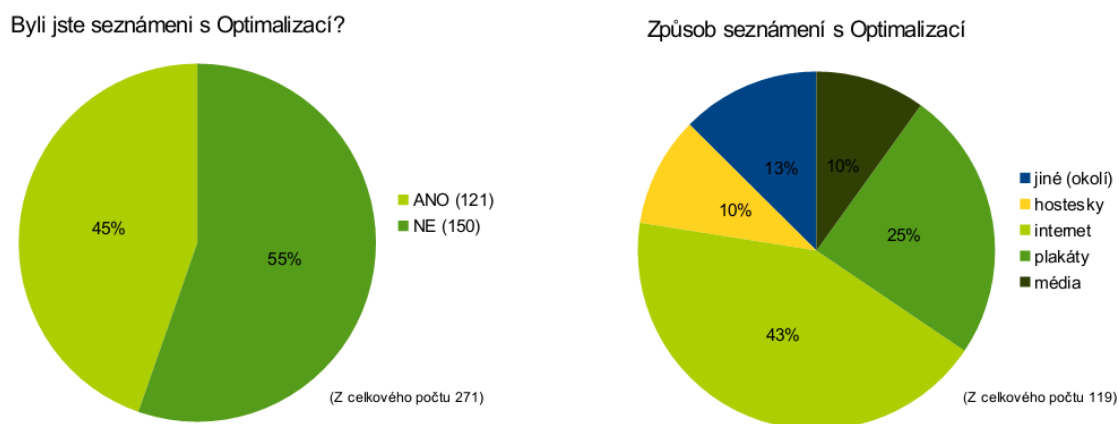
- Po komunikaci s řidiči autobusů byl zjištěn zásadní nedostatek v době ranních špiček. Ranní spoje, díky velkému počtu cestujících, mají časté zpoždění a je velice těžké dodržovat přípoje na vlaková spojení. Řidiči jsou často nuceni porušovat předpisy, popřípadě ve Frýdlantě nejdříve jet na vlakové nádraží a posléze na autobusové, aby lidé stihli následné vlakové spojení.
- Negarantované čekání jednoho dopravního prostředku na druhý. Autobusové spoje mají maximální pěti minutovou čekací dobu na vlak, obráceně to však neplatí.
- Kritika nových vlaků, která je popsána níže v rámci 4. části. Mezi základní problémy patřily – WC, wi-fi, zásuvky a zima ve vlaku.
- Nelogické postavení jízdních řadů vlakové dopravy: odjezdy v půl a ve tři-čtvrtě.
- Nespokojenost se starým vozovým parkem autobusů, který kritizují i sami řidiči se slovy, že do Frýdlantu jsou dány jen staré autobusy z Liberce.
- Nedostatečné přímé autobusové spojení Frýdlant – Liberec.
- Nečitelnost a poničenost jízdních řadů.
- Drahé MHD.
- Fungování karty Opuscard.

V řadě případů se jedná o problémy přetrvávajícího charakteru, které nepomohla odstranit ani Optimalizace. Jedná se například o nedostatečné večerní a víkendové spoje, problémy s nedodržováním jízdních řadů, drahé MHD či nekvalitní vozový park. Jiné problémy se objevily až s Optimalizací. Jedná se o kritiku nových vlaků, nedostatečné autobusové spojení Frýdlant – Liberec a stížnosti z okrajových míst jako jsou Jindřichovice pod Smrkem nebo Bílý Potok.

4. Oblast otázek - Optimalizace

Poslední, čtvrtá část, byla věnována samotnému projektu Optimalizace. Zjištění, zda byli cestující s novinkami včasně a dostatečně seznámeni a popřípadě jakým způsobem. Dále spokojenost s novým vozovým parkem železniční dopravy.

První graf znázorňuje informovanost cestujících a způsob jejich seznámení s Optimalizací. Jak ukazuje první z grafů na Obr. 22, informace se dostaly k méně jak polovině cestujících, pouze 45 % dotazovaných s ní bylo nějakým způsobem seznámeno, a to nejčastěji přes internet či formou plakátů. Hostesky, média a jiné zdroje, jako například lidé z okolí, představovali zbylý podíl.

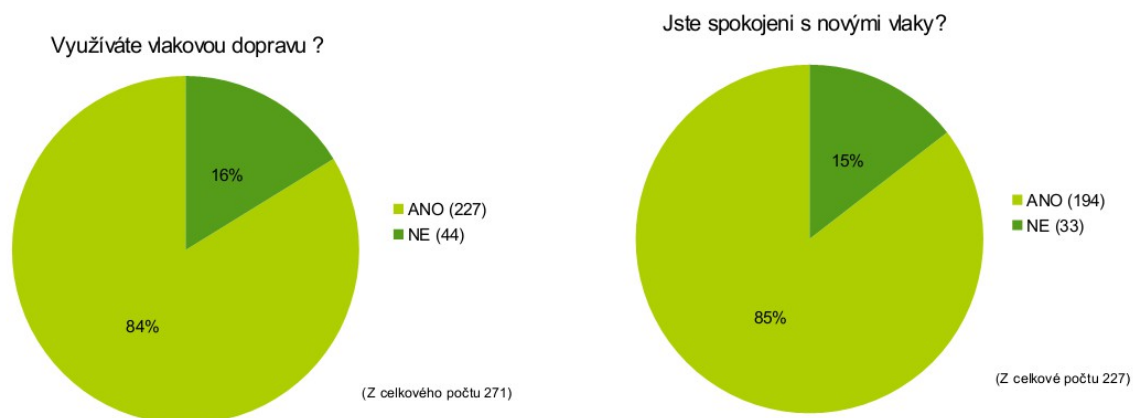


Obr.: 22: Seznámení s Optimalizací a způsoby zisku informací

Zdroj: vlastní

Ve spojitosti s projektem byly nasazeny nové vlaky, proto se jedna z otázek týkala spokojenosti s nimi a je vyjádřena na Obr. 23. V první řadě byla položena otázka, zda jsou cestující alespoň někdy uživateli vlakové dopravy. Jak průzkum ukázal, 84 % cestujících alespoň občas vlaky používá. Z těchto cestujících bylo s vozy spokojeno 85 % dotazovaných, zbylí cestující našli na vlacích určité nedostatky a vady. Patřily mezi ně hlavně nezavírající se dveře na WC, neoddělení vstupní chodbičky od části k sezení, díky čemuž je ve vlaku zima. Dalším problémem byly automaty na jízdenky, které pro řadu

cestujících představují velice složité postupy a špatné vysvětlení obsluhy automatu. Pro mladší cestující se staly nedostatkem nefunkční zásuvky a wifi síť.



Obr. 23: Využívání vlakové dopravy a spokojenost s novými vozy

Zdroj: vlastní

Jednou z posledních otázek bylo ohodnocení celkové veřejné dopravy na Frýdlantsku formou jako ve škole, dle stupnice od 1 do 5. Na základě tohoto hodnocení zdejší doprava dostala známku 2,42 tedy lepší průměr.

5 ZJIŠTĚNÉ PROBLÉMY A NÁVRHY NA JEJICH ŘEŠENÍ

Data, která jsou zde analyzována a popisována vycházejí z informací a dokumentů od firmy KORID LK, dále dotazníkového šetření prováděného firmou a především jsou postavena na základě vlastního dotazníkového průzkumu a komunikaci s dotčenými osobami, tedy cestujícími, řidiči a zástupci firmy KORID LK.

Z analýzy a provedeného srovnání byly vytipovány následující oblasti problémů: **informace, marketing, problémová doprava, cestovní ruch – cestujeme za hranice, další problémy** a jejich řešení.

5.1 INFORMACE

První problém byl nalezen v rámci předprojektové části v analýze. Týkal se výchozích informací a dat (počty dojíždějících z jednotlivých obcí a měst). Zjištěné rozdíly jsou viditelné v Tab. 5. Tabulka představuje srovnání hodnot z kterých vycházela firma KORID LK a hodnoty ČSÚ konkrétně ze Sčítání lidu, domů a bytů 2011. Firma vycházela primárně z interních dat jednotlivých dopravců, které však následně i ona sama vyhodnotila za zkreslené a neobjektivní. Vzhledem k faktu, že se z těchto informací odhadovala využívanost jednotlivých spojů a celkové množství přepravovaných osob, následné plány mohly být zavádějící, jelikož se nevycházelo z relevantních dat.

Tab. 7: Srovnání dat o dojíždějících od firmy KORID LK a ČSÚ

Zdroj dat :	Dojíždějící do zaměstnání		Dojíždějící studenti a žáci	
	KORID LK	ČSÚ	KORID LK	ČSÚ
Bílý Potok	150	101	53	51
Bulovka	161	114	55	55
Černousy	46	47	27	20
Dětřichov	202	142	76	68
Dolní Řasnice	175	126	48	55
Frýdlant	1313	1338	250	501
Habartice	126	148	56	65
Hejnice	665	453	146	155
Heřmanice	67	44	39	17
Horní Řasnice	61	32	35	15
Jindřichovice pod Smrkem	103	64	42	42
Krásný Les	114	80	59	30
Kunratice	123	53	43	23
Lázně Libverda	132	80	76	36
Mníšek	346	253	95	97
Nová Ves	169	109	52	46
Nové Město pod Smrkem	1874	567	674	227
Oldřichov v Hájích	134	84	48	33
Pertoltice	75	54	36	19
Raspenava	734	411	227	178
Višňová	144	250	37	101

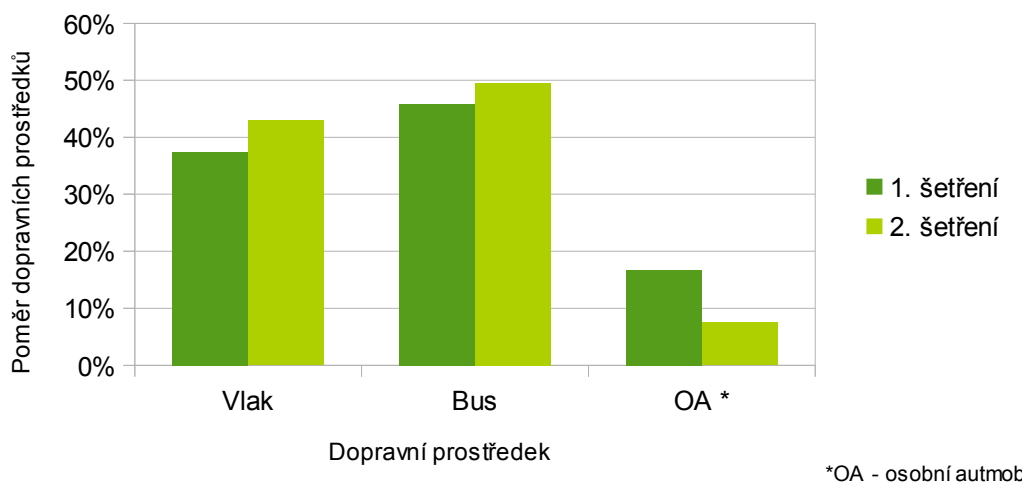
Zdroj: vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK a ČSÚ

V obou případech se jednalo o externí, sekundární data kvantitativního charakteru, jejichž věrohodnost tudíž nemusela být stoprocentní a je tak nutné data co nejvíce podložit a zjistit si jejich pravdivost. V první řadě by mělo dojít k využití **více zdrojů dat a informací, které budou následně srovnány** a vyvozena jejich věrohodnost. Vzhledem k tomu, že dojíždějící jsou primární zainteresovanou cílovou skupinou, je nutné na tato data brát ohled a zohlednit je v plánu projektu. Zásadní rozdíly byly vidět například v rámci obcí Hejnice, Horní Řasnice, Jindřichovice pod Smrkem, Nové Město pod Smrkem, Oldřichov v Hájích, Raspenava či Višňová, kdy se některé hodnoty lišily o téměř polovinu.

5.2 MARKETING

I následný bod se týká informací a komunikace, tentokrát však z pohledu marketingového. Ačkoliv od doby realizace projektu došlo k mírnému nárůstu znalosti systému IDOL a vlastnictví karty Opuscard, i tak je potřeba zlepšit komunikaci s cestujícími a nalézt způsob, jak pro ně kartu zatraktivnit a motivovat je k jejímu pořízení. Z dotazníkového šetření vyplývá, že necelá polovina cestujících byla s Optimalizací seznámena. Špatně informováni, dle průzkumu, byli především obyvatelé důchodového věku, kteří rovněž představují skupinu s nejmenším počtem uživatelů karty Opuscard. Druhými nejméně informovanými byli cestující z Liberce. Vzhledem k tomu, že celý projekt vychází z integrace veřejné dopravy, mezi kterou patří i MHD, nalézající se pouze v Liberci, je nutné, aby i tito obyvatelé byli dostatečně informováni.

Z tohoto důvodu by byl **návrh propagace** následující. Navštívit osobně instituce zahrnující největší počty cestujících, tedy školy, velké zaměstnavatele a firmy. Prvním způsobem by mohla být **osobní prezentace** jak Optimalizace samotné, tak propagace karty Opuscard. V případě, že by vybrané instituce nesouhlasily s prezentací, byly by do vybraných míst doručeny alespoň **výstižné informativní letáky** motivující cestující k pořízení karty. Jelikož jedním z cílů projektu bylo z železniční dopravy udělat páteří systém, je nutné i jí udělat dostatečnou propagaci. Díky umístění vlakového nádraží v odlehlejších částech města (v Liberci i ve Frýdlantě), nepředstavovala vlaková doprava nikdy příliš atraktivní způsob cestování. Pokud firma chce nalákat cestující do vlaků, je nutné tento způsob dopravy co nejvíce představit. Atraktivnost je dána onou integrací v rámci systému IDOL, který je ale platný pouze pro majitele karty Opuscard. Z tohoto důvodu je nutné propagovat kartu v nejvyšší míře a všemi možnými způsoby, jinak nedojde k zatraktivnění ani samotné vlakové dopravy. Dle srovnání 1. a 2. dotazníkového šetření na Obr. 24 je patrné, že po Optimalizaci nedošlo k rapidnímu nárůstu využívání vlakové dopravy. Celkově sice k nárůstu došlo, ale to i v dopravě autobusové a především na úkor dopravy osobní. **K zatraktivnění vlakové dopravy tak může dojít pouze na základě propagace karty Opuscard.**



Obr. 24: Poměr využívaných dopravních prostředků v rámci dvou dotazníkových šetření

Zdroj: vlastní

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že největším zdrojem informací pro obyvatele je internet (Obr. 22) pokrývající většinou mladou populaci. Proto je nutné zpřístupnit informace i lidem bez internetového připojení. Dodatek dostatek informačního materiálu na vybraná místa. Ačkoliv by se mohlo jednat o relativně finančně a časově náročnou záležitost, není tomu tak. V rámci původní marketingové kampaně byly najaty hostesky. Propagace byla také v médiích nebo tiskovinách, které opět představovaly jisté náklady, ale dle průzkumu neměly takovou účinnost. Například od hostesek získalo informace pouze 10 % obyvatelstva. Proto by bylo vhodné tyto finance a čas přesunout na typ přímého marketingu jako jsou osobní prezentace, popřípadě informační materiál pro jednotlivé organizace (školy, velcí zaměstnavatelé, pošty, úřady, vývěsní desky). Další možností by bylo rozdávání informačního materiálu k vydávaným jízdenkám, čímž by byl osloven každý cestující bez výjimky.

Musel by také být brán ohled na typ obyvatele. Mladí lidé upřednostňují internetové zdroje, tudíž umístit dostatečné informace například na stránky města, ale i na velice vyhledávané a navštěvované sociální sítě. Naopak lidé důchodového věku jsou zastánci papírového typu informací ve formě letáků, místních zpravodajů či plakátů

na frekventovaných místech. V případě, že by měla být pokryta skutečně celá oblast, daly by se roznášet letáky a informační brožury přímo do poštovních schránek, opět na úkor například relativně neefektivních hostesek.

Následné vlastnictví karty Opuscard by mohlo být dalším způsobem propagace a zatraktivnění dopravy. Vzhledem k tomu, že cestující by byli registrováni včetně emailového kontaktu, bylo by možné s nimi komunikovat přímo a zasílat jim nové nabídky (se souhlasem), novinky a informace, které by dopravu a komunikaci více zjednodušily. Pokud by se jednalo o skutečně relevantní informace, týkající se například zpoždění nebo změn jízdního řádu, většina cestujících by souhlas dala. V rámci karty Opuscard by byla také navržena její on-line obsluha, kde by bylo možné měnit vybrané trasy, dobíjet finance, měnit osobní údaje. Tímto způsobem by mohly být snadno realizované průzkumy a dotazníková šetření. Základem by však bylo zákazníka zaujmout a motivovat ke spoluúčasti.

5.3 PROBLÉMOVÁ DOPRAVA

Zásadní problémy a nedostatky byly definovány jako: nedostatečné večerní, noční a víkendové spoje. Dále pak špatné spojení s okrajovými obcemi.

Večerní a noční spoje jsou atraktivní nejen o víkendech, a to mezi mladými lidmi, ale také ve všední dny, kdy roste obliba společenských, kulturních a sportovních akcí, které jsou nejčastěji v podvečerních či večerních hodinách a převážně ve větších městech, jako je Liberec nebo Frýdlant.

Podstatným problémem jsou víkendové **noční spoje**, které jsou převážně nejdéle okolo jedenácté hodiny večerní, což je pro většinu cestujících, využívajících tyto noční spoje, nevyhovující čas. Optimální by bylo zavedení 1-2 **okružních sběrných spojů**, které by projížděly hlavními obcemi v okolí. Například 1 autobus odjíždějící v 1 hodinu ranní z Frýdlantu, dále pokračující směr Raspenava, Hejnice, Nové Město pod Smrkem. Druhá

trasa by mohla být vedena skrze obce Bulovka (Arnoltice), Habartice, Višňová. Jednalo by se o jeden či dva spojen pokrývající široký okruh a uspokojující řadu cestujících.

Dalším problémem jsou **odlehlá místa**, která neleží na hlavních vlakových trasách. Jejich řešení by mohlo být následujícími dvěma způsoby:

- Zavedení **lokálního okruhu** v rámci vybraného místa. Tedy jeden malý okruh spojující odlehlé místo například s vlakovou dopravou. Ukázkou by mohla být oblast Višňové (Andělka). Díky odlehlosti a malé využívanosti spojů v této oblasti, byly spoje zredukovány. Proto by hlavním návrhem bylo zavést spojení Černousy (vlakové nádraží) - Višňová (Andělka), kde by se jednalo pouze o spoj mezi těmito dvěma body a byl by realizován pomocí menších mikrobuseů snižující nákladnost. Během dne by se mohlo jednat například o čtyři až pět spojů. Zásadní otázkou by byla obslužnost tohoto spoje. Vzhledem k tomu, že se jedná o silně nezaměstnanou oblast, ideálním řešením by bylo jednat s vedením obce a najmout některého z místních obyvatel, pro kterého by se jednalo jak o ideální finanční přivýdělek. Došlo by k podpoře nejen dopravy, ale i zaměstnanosti v oblasti.
- Druhým způsobem by mohla být tak zvaná **poptávková doprava**, která je již velmi známá v řadě zahraničních zemí a má různou formu. Jedná se o dopravu postavenou na komunikaci cestujících s dopravcem. V rámci Optimalizace byl tento způsob zaveden i u nás v oblasti Andělky. Jedná se o autobus na přání, který je nutné objednat minimálně 30 minut před pravidelným odjezdem, a to telefonicky i on-line. Zmíněný způsob dopravy je zásadní novinkou, problémem v této části je ale to, že se povětšinou týká obyvatelstva staršího věku, kteří si s moderními novinkami příliš nerozumí a právě i z tohoto důvodu tento způsob dopravy zatím nebyl využit. Forma na zavolání proto není v tomto případě ideální, ale byla by vhodným řešením například zmíněných nočních spojů. Dle počtu cestujících by bylo možné použít dopravní prostředek s odpovídající kapacitou. V případě nočních spojů by objednání muselo být alespoň den dopředu a jeho zrušení minimálně hodinu předem.

5.4 CESTOVNÍ RUCH – CESTUJEME ZA HRANICE

Frýdlantsko je hospodářsky slabou oblastí s velkým turistickým potenciálem, který je nutné podporovat, rozvíjet a tím zvýšit zájem o veřejnou dopravu. Z tohoto důvodu by jedním z cílů měla být, a v některých případech i jsou, zajímavá turistická místa a propojení s přiléhajícím pohraničím. Mezi vybrané atraktivní cíle podporující dopravu, ale i oblast samotnou, jsou vybrány následující:

- **Jizerské hory pro polské a německé obyvatele.** Jizerské hory jsou cílem řady tuzemských i zahraničních turistů jak v zimě, tak v létě. Veřejná doprava je sem zavedena pouze z české strany. V posledních letech však došlo k zásadnímu nárůstu návštěvnosti pohraničními obyvateli, proto by bylo vhodné zavést 1 až 2 víkendové spoje do oblasti Smědavy z polské i německé strany.
- **Singltrek pod Smrkem** je relativní novinkou a lákadlem nabízející cyklistické vyžití, proto by bylo vhodné vypravit přímý autobus z Liberce do tohoto místa s možností převozu kola, tak jako je tomu například z Frýdlantu do Jizerských hor. Singltrek je v posledních letech velmi hojně navštěvován tuzemskými i zahraničními turisty, svědčí o tom zmínka v internetovém článku z roku 2011: *"Za minulý (2010) rok odhadujeme návštěvnost okruhu pod Smrkem na přibližně 10 tisíc lidí. Letos by jich prý mohlo být k 25 tisícům a do pěti let se očekává 100 tisíc uživatelů ročně. To už by ale měla být k dispozici rozsáhlejší síť stezek, protože kapacita té stávající není o moc větší, než je současná návštěvnost."*⁴⁵ Počet návštěvníků neustále roste stejně tak jako síť cyklostezek, které už nyní zasahují i za hranice.
- **Andělka jako spojník s Polskem a Německem.** Tato oblast, díky své poloze na hranicích s Polskem a blízká nedalekému Německu, je významným bodem pro turistiku. Především v létě tudy prochází řada turistů českého, polského i německého původu, jak bylo potvrzeno i řidiči autobusů. Proto by bylo vhodné tuto oblast, alespoň v létě více zpřístupnit a zvýšit frekventovanost spojů.

45 STEJSKAL, J. *Singltrek pod Smrkem aneb Jak si kolo v přírodě pořádně užít*. Ekolist.cz, 3.5.2011, [vid. 2013-04-01]. Také dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/publicistika/priroda/singltrek-pod-smrkem-aneb-jak-si-kolo-v-prirode-poradne-uzi>

- **Frýdlant - nákupní zóna Zgorzelec – Görlitz - Berzdorfer See.** Jedná se o čtyři zásadní body této trasy jako lákadla pro tuzemské i zahraniční cestující. **Frýdlant** láká turisty především svým zámek a dále Jizerskými horami. **Nákupní zóna** – díky pohraničí je řada obyvatel Frýdlantska zvyklá jezdit nakupovat do blízkého Polska nabízející levnější a širší sortiment, proto by bylo vhodné zavést 1-2 víkendové spoje do této oblasti a umožnit přístup do nákupní zóny. Dalším bodem na trase by bylo historicky a kulturně zajímavé město **Görlitz**, nabízející také nákupní možnosti. Posledním bodem na trase je nově zatopený lom **Berzdorfer See**, který je zajímavý jak pro sportovně založené obyvatele, tak i pro cestující hledající odpočinek.

5.5 DALŠÍ PROBLÉMY A JEJICH ŘEŠENÍ

Dalšími problémy, které nelze zařadit do výše zmiňovaných kategorií, jsou následující:

- **Nedodržování jízdních řádů.** Řada cestujících přišla se stížnostmi na jejich nedodržování, vynechávání zastávek, či nepřijetí spoje. Hlavní problémovou oblastí byly především Habartice, kde špatné způsoby kritizovalo několik cestujících. Z tohoto důvodu by bylo vhodné zavést v autobusech kontrolní GPS, které by sledovaly trasu a časový harmonogram. Byla by možná zpětná kontrola na základě získaných dat a případné řešení vzniklých problémů. Tento způsob je zaveden například v rámci frýdlantských sanitních vozů. Vzhledem k faktu, že zmiňovaný problém se týkal například i malých dětí, které místo zastávky u školy byly vysazeny na hlavní frekventované silnici, jedná se o velký problém, jenž by měl nalézt řešení.
- **Ranní špičky,** nebo-li přeplněné ranní autobusy a velká zpoždění díky množství cestujících, kdy je pak těžké dodržovat ranní napojení na vlaky a pořadí zastávek (autobusové nádraží - vlakové). Bylo by vhodné tyto spoje posílit náhradními vozy, nebo zlepšit časový harmonogram s časnějšími odjezdy z výchozích stanic.
- **Negarantovanost návaznosti spojů.** Ačkoliv projekt Optimalizace stojí na integraci veškeré dopravy a základem je svoz cestujících z autobusů k vlakům,

čekací doba jednoho dopravního prostředku na druhý není u všech přestupních vazeb garantovaná. Po komunikaci s řidiči bylo zjištěno, že autobusy mají povinnosti čekat 5 minut na vlaky, obráceně tomu tak, ve většině případů, ale není. Neexistuje kontaktní dispečinkové středisko v rámci obou dopravců. Bylo by proto vhodné zavést zmíněný způsob koordinace a komunikace mezi jednotlivými dopravci. Vzhledem k tomu, že se jedná o finančně náročné řešení, dočasným řešením by mohly být kontaktní pracovní telefony mezi jednotlivými dopravními prostředky na hlavních trasách, které na sebe mají vzájemně čekat.

- **Nedostatečná integrace karty Opuscard.** Zajímavým problémem byla nesprávná funkčnost karty Opuscard. Ve směru na Liberec karta splňuje veškeré požadavky a přání, opačným směrem se ale objevuje zásadní problém ve spojitosti s MHD, kde nefunguje studentský tarif, ačkoliv má cestující v kartě nahranou vybranou trasu. Dochází k tomu, že ač stejná trasa, tak se platí dvě různé ceny, a to podle směru. Jedná se o nedostatečnou integraci veškerých dopravních prostředků, na kterou není nikdo upozorňován. Dalo by se mluvit o klamavé reklamě, jelikož je cestující nucen platit více, než odpovídá jednotlivým tarifním zónám.

Jednotlivé návrhy vycházejí ze zjištěné situace a představují impulsy pro budoucí zlepšení. Některé nedostatky zachycují malý problém, jiné jsou však vážnějšího charakteru a je nutné nalézt a realizovat jejich řešení, aby cestující, jako primární zainteresovaná skupina, byli na nejvyšší míře uspokojeni. Jedná se o čtyři základní oblasti problémů a jejich řešení.

- Marketingová oblast by měla vycházet ze zaměření na kartu Opuscard.
- Turistika by měla být jedním z hlavních cílů dopravy ve spojitosti s podporou hospodářství v oblasti.
- V odlehlých částech by měl být zaveden alternativní způsob dopravy.
- Měla by být věnována pozornost návaznosti a koordinaci spojů, a to především v ranních špičkách či zmíněných problémových oblastech.

Veškeré vymezené problémy a návrhy jejich řešení jsou shrnuty v Tab. 8, která včetně problému a jeho následného řešení obsahuje také časovou a finanční náročnost.

Tab. 8: Shrnující tabulka jednotlivých problémů a návrhy jejich řešení

Vymezený problém	Návrh jeho řešení	Časová náročnost	Finanční náročnost
Komunikace s zainteresovanými skupinami v rámci propagace.	Osobní návštěvy v dotčených institucích. Prezentace představující novinky, změny, ale především kartu Opuscard.	3-5 hodin - návštěva instituce i s předehlou přípravou.	Režijní náklady - cestovné, mzdová sazba.
Propagace a podpora Optimalizace.	Založit na propagaci karty Opuscard. Webová forma - internetové stránky a sociální sítě. Letáková forma.	Webová forma zabírá minimum času, max. do 1 hodiny. Letáková forma - příprava 1 až 7 dní předem.	Webová forma - náklady minimální (mzdová sazba). Letáková forma - náklady dle druhu a množství propagačního materiálu.
Následná propagace a seznamování s novinkami.	Skrze registrovanou kartu Opuscard přímá komunikace s cestujícími pomocí emailů.	Rozesílání emailů by bylo generováno automaticky, časová náročnost je tak minimální pouze na tvorbu dané informace.	Náklady minimální - mzdová sazba při tvorbě oznámení či informace.
Víkendové a večerní spoje	Zavést víkendové noční okružní svozové spoje.	Změny v jízdních řádech jsou realizovány 4x ročně. Vhodná je také 3 měsíční lhůta před schválením na projednání a následnou propagaci.	Mzdové náklady 120-150 Kč/hod, náklady na PHM (dle druhu PHM a typu a stáří vozu).
Doprava do odlehlých míst a mimo vlakové spojení.	Zavést lokální okružní spoje vedené obcí s místními zaměstnanci Více propagovat a podpořit poptávkovou dopravu, popř. ji zavést na jiných trasách	Změny v jízdních řádech jsou realizovány 4x ročně. Vhodná je také 3 měsíční lhůta před schválením na projednání a následnou propagaci.	Variabilní náklady: mzdové náklady 120-150 Kč/hod, náklady na PHM (dle druhu PHM a typu a stáří vozu). Fixní náklady: 250 000 Kč na využívání vozidla, 1,5-4,5 milionu na pořízení dopravního prostředku (dle velikosti a typu).
Podpora turismu.	Zavést spoje z pohraničních polských a německých obcí do Jizerských hor.	Minimálně 4 měsíce pro získání mezinárodního povolení.	Variabilní náklady: mzdové náklady 120-150 Kč/hod, náklady na PHM (dle druhu PHM a typu a stáří vozu). Fixní náklady: 250 000 Kč na využívání vozidla, 1,5-4,5 milionu na pořízení dopravního prostředku (dle velikosti a typu).
	Cyklobusy na Singltrek pod Smrkem (Liberec, pohraničí).	Změny v jízdních řádech jsou realizovány 4x ročně. Vhodná je také 3 měsíční lhůta před schválením na projednání a následnou propagaci.	
	Zgorzelec, Gorlitz, Bersodrfér See jako turistické a nákupní cíle.	Minimálně 4 měsíce pro získání mezinárodního povolení.	
Ranní špičky.	Posílit ranní spoje či posunout jejich časy.	Operativně.	Nulové
Nedodržování jízdních řádů a tras.	Zakoupení kontrolních GPS zaznamenávající trasu a časy.	1-2 měsíce po zakoupení.	Cca 4000 Kč na 1 ks GPS.
Negarantovanost návaznosti spojů.	Zavedení dispečinkového centra.	Za 3-6 měsíců po zavedení DC.	DC - režijní náklady cca 0,5 milionu ročně. 4 zaměstnanci s průměrným platem okolo 20 tisíc Kč. Kontaktní simkarty 1000 Kč/kus.
Špatná integrace v rámci karty Opuscard.	Moderznizace softwaru pro integraci.	Vývoj softwaru – několika týdnů až měsíců.	Cca 100 000 Kč.

Zdroj: vlastní

Z tabulky vyplývá, že některá řešení jsou časově i finančně náročná, jiné lze aplikovat operativně bez větších nákladů. Komunikace a propagace nepředstavuje velkou finanční ani časovou náročnost. Povětšinou se jedná o režijní náklady jako je mzda nebo cestovné v rámci osobní propagace na vybraných místech.

V případě úpravy jízdních řádů a vybraných spojů je nutné brát v potaz delší časové období s nejméně třemi měsíci. Náklady spojované s dopravou je zapotřebí rozdělit na fixní, které jsou představovány především koupí nových vozů, jejich údržbou a náklady variabilní zastoupené cenou pohonných hmot. Tyto realizované změny, pokud se nejedná pouze o úpravu jízdních řádů, představují relativně časově i finančně náročnější řešení.

Zakoupení technologických vybavení, jako je nový integrační software, GPS či následné zřízení dispečinkového centra, představuje nejdražší a časově nejnáročnější řešení.

ZÁVĚR

Projekt Optimalizace veřejné linkové dopravy v oblasti Frýdlantska od firmy KORID LK se stal obsahem předkládané práce a východiskem pro jeho zhodnocení a analýzu situace v dopravě. Téma vycházelo ze zadání firmy a výběr byl spojen převážně s jeho praktičností. Většina dat a informací byla z dokumentů poskytnutých samotnou firmou. Vzhledem k tomu, že se jednalo o data interní, bylo nutné podepsat předávací protokol s podmínkou užití materiálů pouze ke studijním účelům. Komunikace s firmou probíhala jak formou emailovou, tak osobně a dostalo se mi velice vstřícného a ochotného přístupu.

Hlavním cílem práce bylo zjištění stávající situace a problémů, se kterými se projekt i veřejná doprava na Frýdlantsku potýká. V první části byla definována teoretická východiska, na základě nichž v dalších krocích docházelo k posouzení celého postupu. Druhým bodem bylo seznámení s firmou KORID LK a některými jejími projekty. Další krok pak analyzoval samotnou Optimalizaci, její cíle, kroky a realizované změny. Poslední část vycházela ze zadaného cíle práce, tedy analýzy a hodnocení celého projektu s následnými doporučeními ke zlepšení stávající situace.

Analýzy a hodnocení projektu bylo dosaženo jak na základě prostudování interních materiálů firmy KORID LK, tak především na základě vlastního dotazníkového šetření, komunikace s firmou a zainteresovanými skupinami (cestující, řidiči dopravních prostředků). V rámci analýzy a dotazníkového šetření byly nalezeny zásadní problémy a následně formulována jejich řešení. Problematika byla rozdělena do pěti následujících skupin: špatné zdroje informací, problémy v oblasti marketingu, špatná obslužnost vybraných oblastí, zajímavé turistické cíle a pohraničí a další vybrané problémy.

Díky dotazníkovému šetření došlo k identifikaci klíčových faktorů ovlivňujících úspěšnost projektu a jejich řešení. Jedním z faktorů a návrhem na jeho řešení je důkladná kontrola výchozích informací a jejich zdrojů. Dalším činitelem byl marketing, který by měl primárně cílit na propagaci karty Opuscard představující stěžejní bod celého projektu.

Řešením by bylo zavést přímý marketing ve formě propagace ve vybraných institucích, firmách a letáková forma propagace pro cestující důchodového věku.

Jiným faktorem je špatná dopravní obslužnost ve vybraných místech, která by měla být řešena lokálními okružními spoji zajišťovanými místními obyvateli pro podporu zaměstnanosti či zavedením poptávkové dopravy na zavanou. Podstatnou novinkou zvyšující úspěšnost projektu by se staly noční okružní svozové spoje projíždějící nejfrekventovanějšími místy trasy ve vybranou noční (ranní) hodinu.

Zásadní je také cestovní ruch a turistika, která by byla spojena s Jizerskými horami, Singltrekem pod Smrkem a zahraničními body jako je Bersdorfer See či nákupními středisky. Ostatní problémy spojené s dopravou, ranními špičkami či nedodržováním jízdních řádů by byly řešeny pomocí kontrolních GPS a garancí návaznosti spojů vycházející z lepší komunikace. Později by došlo k zavedení dispečinkového centra.

Firma zjištěné výsledky využije jako podklad pro zhodnocení projektu Optimalizace a následné závěry budou prezentovány obcím. Dílčí problémy budou následně řešeny s dotčenými obcemi či dopravci. Firma KORID LK, vycházející ze získaných dat a informací, celkově hodnotí projekt jako relativně úspěšný, kdy se podařilo vytvořit systém páteří železniční dopravy s návaznou autobusovou dopravou a došlo tak ke zlepšení dostupnosti míst s nabídkou práce. Za významné také považuje nárůst počtu uživatelů karty Opuscard.

Seznam použité literatury

Knihy a publikace

A Guide to the Project Management Body of Knowledge: PMBOK® guide. 3rd ed.
Pennsylvania: Project Management Institute, Inc., 2004. ISBN 1-930699-45X.

BARTOŠOVÁ, H., P. KRAJNÍKOVÁ. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje Praha, 2011. Také dostupné z:
[http://files.vsrr.webnode.cz/200000021-d1627d2414/SO%20-%20Základy%20marketingu%20\(Bartošová,%20Krajníková\).pdf](http://files.vsrr.webnode.cz/200000021-d1627d2414/SO%20-%20Základy%20marketingu%20(Bartošová,%20Krajníková).pdf)

DOLEŽAL, J., P. MÁCHAL, B. LACKO. *Projektový management podle IPMA*. 1. vyd.
Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2848-3.

DVOŘÁK, D. *Řízení projektů Nejlepší praktiky s ukázkami v microsoft® offic*. 1. vyd.
Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1885-6.

FORET, M., J. STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd.
Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN– 978-80-247-6260-9.

KOTLER, P., G. ARMSTRONG. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003.
ISBN 978-80-247-0513-2.

POKORNÁ, G. *Projekty – jejich tvorba a řízení*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci Přírodovědecká fakulta, 2008. Také dostupné z:
<http://esfmoduly.upol.cz/publikace/projekty.pdf>

PŘIBOVÁ, M. et al. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-299-9.

ROSENAU, M. D. *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich zařízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-218-1.

RŮŽKOVÁ, J. et al. *Historický lexikon obcí České republiky 1869-2005, I. díl*. Český statistický úřad, 2006. ISBN 80-250-1310-3. Také dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/9200404384/\\$File/13n106cd1.pdf](https://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/9200404384/$File/13n106cd1.pdf)

ŠTEFÁNEK, R. et al. *Projektové řízení pro začátečníky*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-2835-0.

SYNEK, M. et al. *Manažerská ekonomika*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.

SYNEK, M. et al. *Podniková ekonomika*. 4. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-892-4.

Elektronické zdroje

ALLSPO, R. *Public transport cannot be just a political plaything*. Australia: Institute of Public Affairs, 2009. ID 204123854. Také dostupné z: <http://proquest.umi.com>

BOTOND, A. *Competition or Cooperation in Public Transport*. Paris: Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), 2009. ID 189846103. Také dostupné z: <http://proquest.umi.co>

STEJSKAL, J. *Singltrek pod Smrkem aneb Jak si kolo v přírodě pořádně užít*. Ekolist.cz, 3.5.2011. Také dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/publicistika/priroda/singltrek-pod-smrkem-aneb-jak-si-kolo-v-priode-poradne-uzit>

ČSÚ. *Sčítání lidu, domů a bytů 2011 - Obyvatelstvo podle pohlaví a podle věku, rodinného stavu a nejvyššího ukončeného vzdělání v obci* [online]. Český statistický úřad [vid. 2013-03-10], naposledy edit. 2011-03-01. Také dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#stranka=podletematu&tu=30808&th=&v=&vo=null&vseuzemi=null&void=>

ČSÚ. *Sčítání lidu, domů a bytů 2011 - Výjízďející do zaměstnání a škol v obci* [online]. Český statistický úřad [vid. 2013-03-10], naposledy edit. 2011-03-01. Také dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podletematu&tu=30808&th=&v=&vo=null&vseuzemi=null&void=>

ČSÚ. *Výbrané ukazatele za SO ORP Frýdlant v letech 2001-2011* [online]. Krajská správa ČSÚ v Liberci, správní obvod Frýdlant [vid. 2013-03-10], naposledy edit. 2012-12-03. Také dostupné z: http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/spravni_obvod_fr

STEJSKAL, J. *Singltrek pod Smrkem aneb Jak si kolo v přírodě pořádně užít*. [online]. Česká republika, 2011. Také dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/publicistika/priroda/singltrek-pod-smrkem-aneb-jak-si-kolo-v-priode-poradne-uzit>

Interní zdroje firmy KORID LK

BLAŽEK, P., O. POSPÍŠIL, L. PRŮŠOVÁ. *Optimalizace veřejné linkové dopravy v oblasti Frýdlantského výběžku – ANALYTICKÁ ČÁST*. KORID LK, spol. s r.o., 2010.

BLAŽEK, P., O. POSPÍŠIL. *Optimalizace veřejné linkové dopravy v oblasti Frýdlantského výběžku – KONZULTAČNĚ-KOORDINAČNÍ ČÁST*. KORID LK, spol. s r.o., 2011.

BLAŽEK, P., A. DUŠÁKOVÁ, O. POSPÍŠIL. *Optimalizace veřejné linkové dopravy v oblasti Frýdlantského výběžku – NÁVRHOVÁ ČÁST*. KORID LK, spol. s r.o., 2011.

HRUBOŇ, J. *Optimalizace VHD Frýdlantsko – KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE*. Verze 2.0., KORID LK, spol. s r.o., 2011.

POSPÍŠIL, O. *Co nového v jízdním řádu?* KORID LK, spol. s r.o., 2011.

POSPÍŠIL, O. *Charakteristika nových autobusových linek na Frýdlantsku*. KORID LK, spol. s r.o., 2011.

Seznam příloh

Příloha A1 – Charakteristika jednotlivých obcí.....	101
Příloha A2 – Počty vyjíždějících obyvatel z jednotlivých obcí.....	102
Příloha B1 – Dotazník pro zaměstnavatele.....	103
Příloha B2 – Anketa firmy KORID LK.....	104
Příloha C1 – Dotazník – Spokojenost s dopravou na Frýdlantsku.....	105

Příloha A1: Charakteristika jednotlivých obcí

Obec	Škola	Zaměstnavatel	Úřad	Zdravotnické / Sociální zařízení	Vyjíždějících z obce	Dojíždějících do obce
Bílý Potok	ZŠ+MŠ	JIZERSKOHORSKÁ STROJÍRNA spol.s r.o.	OÚ	NE	95	45
Bulovka	ZŠ+MŠ	MALEX s.r.o.	OÚ	NE	110	10
Černousy	NE	České dřevařské závody Praha, a.s.	OÚ	Gürtlich, Jiří MUDr.	65	20
Dětřichov	ZŠ+MŠ	Thermolast, a.s.	OÚ	NE	150	40
Dolní Řasnice	ZŠ+MŠ	SINTEX AUTOMOTIVE CZ, s.r.o.	OÚ	NE	60	30
Frydlant	G, SOU, ZŠ, ZŠ+MŠ, DD	A.S.A., spol. s r.o.; ATIZ-DP s.r.o.; DAMINO CZ s.r.o.; DENDRIA s.r.o.; Elastomer Technology Kmenta s.r.o.; Frýdlantská vodárenská společnost, a.s.; Frýdlantské strojírný - Rasl a syn a.s. Lucas Varity s.r.o.; Miroslav Prošek ml.-ŘEZNICTVÍ-UZENÁŘSTVÍ; Nábytek Louda spol. S r.o.; SILKOM spol. s r.o.; SLEZAN Frýdek - Místek a.s	MÚ	AH DENT, s. r. o.; Brožík, Ivo MUDr.; Čelišová, Zdena MUDr.; Hendrych, Jan MUDr.; Holcová, Vlasta MUDr.; Holečková, Viera MUDr. Jančáry, Milan MDDr.; Jančáryová, Eva MUDr.; JVR, s. r. o.; Komárková, Ljuba MUDr.; Kopál, Zdeněk MUDr.; Kořínek, Pavel MUDr.; Lepšová, Ilona MUDr.; Liberecká lékárna, s. r. o.; Martincová, Věra MUDr.; Nemocnice Frýdlant, s. r. o.; Oborníková, Zdeňka MUDr.; Oční JL, s. r. o.; Sobotová, Roksolana MUDr.; Strnadová, Lenka MUDr.; Valdštejská lékárna, s. r. o.; Wernerová, Lili MUDr.; Zdravotnická záchranná služba Libereckého kraje, příspěvková org.	895	920
Habartice	ZŠ+MŠ	NE	OÚ	MEDICA SEVER s.r.o., prov. Habartice	55	35
Hejnice	ZŠ+MŠ	CUBE CZ s.r.o.; KNORR BREMSE Systémy pro užitková vozidla , CR, s.r.o.	MÚ	Fleiberk, Lubomír MUDr.; Hejčmanová Alena MUDr.; Krejcarová, Helena MUDr.; Rais, František MUDr.; Ročková, Brigita RNDr.	355	305
Heřmanice	NE	NE	OÚ	NE	35	0
Horní Řasnice	NE	NE	OÚ	NE	30	0
Jindřichovice pod Smrkem	ZŠ+MŠ	NE	OÚ	Domov důchodců Jindřichovice pod Smrkem, příspěvková organizace	50	0
Krásný Les	ZŠ+MŠ	Dobet, spol. s.r.o.	OÚ	NE	60	10
Kunratice	ZŠ+MŠ	NE	OÚ	NE	60	10
Lázně Libverda	ZŠ+MŠ	Ladislav Škaryd – PINK	OÚ	Lázně Libverda, a.s.	60	20
Mníšek	ZŠ+MŠ	J.G. HEUSSER- Chemické produkty Mníšek a.s.	OÚ	MEDICA SEVER s.r.o., prov. Mníšek	155	70
Nová Ves	ZŠ+MŠ	NE	OÚ	NE	105	5
Nové Město pod Smrkem	ZuŠ, ZŠ, MŠ, SVČ	CIS SYSTEMS s.r.o.; STV GROUP a.s.	MÚ	Mediclinic, a. s. (MUDr. Ivan Pelikán); MEDICON Pharm, s. r. o.; Semerák, Vilém MUDr.; Uxová, Miloslava MUDr.; Vacková, Erika MUDr.	200	55
Oldřichov v Hájích	NE	NE	OÚ	NE	45	0
Pertoltice	NE	NE	OÚ	NE	50	0
Raspenava	ZŠ+MŠ	BWS Liberec spol. s r. o.; FOLDA, s.r.o.; NOVUS Česko s.r.o.; Overlack Furniertechnik s.r.o.; W.Wülfing CZ s.r.o.	MÚ	Roček, Milan MUDr.; Strejček, Petr MUDr.; Šnajdar, Leo MUDr.;	185	200
Višňová	ZŠ+MŠ	JUTA a.s.; Ragtex s.r.o.	OÚ	Holečková, Viera MUDr.	55	20

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

Příloha A2: Počty vyjíždějících obyvatel z jednotlivých obcí

Obec	POU	Počet obyvatel*				
		celkem	ekonomicky aktivní	vyjíždějící za práci	vyjíždějící žáci a studenti	občané 65+
Bílý Potok	Frýdlant	623	296	150	53	99
Bulovka	Frýdlant	807	408	269	105	71
<i>Arnoltice</i>		320	163	100	50	23
<i>Bulovka</i>		463	232	161	55	46
<i>Dolní Oldřiš</i>		24	13	8	0	2
Černousy	Frýdlant	330	165	79	50	33
<i>Boleslav</i>		71	39	17	7	8
<i>Černousy</i>		178	86	46	27	15
<i>Ves</i>		81	40	16	16	10
Dětřichov	Frýdlant	590	325	202	76	60
Dolní Rasnice	Frýdlant	495	262	175	48	62
Frýdlant /ORP, POU	Frýdlant	7514	4052	1475	273	823
<i>Albrechtice u Frýdlantu</i>		60	32	22	6	12
<i>Frýdlant</i>		6789	3662	1313	250	735
<i>Větrov</i>		665	358	140	17	76
Habartice	Frýdlant	464	242	129	58	45
<i>Habartice</i>		437	231	126	56	42
<i>Háj</i>		27	11	3	2	3
Hejnice	Frýdlant	2704	1449	665	161	284
<i>Ferdinandov</i>		176	142	60	15	30
<i>Hejnice</i>		2428	1307	65	146	254
Heřmanice	Frýdlant	232	103	67	39	30
Horní Rasnice	Frýdlant	235	113	61	35	36

Obec	POU	Počet obyvatel*				
		celkem	ekonomicky aktivní	vyjíždějící za práci	vyjíždějící žáci a studenti	občané 65+
<i>Horní Rasnice</i>		210	103	60	30	32
<i>Srbská</i>		25	10	1	5	4
Jindřichovice pod Smrkem	N. Město p. S.	605	248	112	46	120
<i>Dětřichovec</i>		28	16	9	4	1
<i>Jindřichovice pod Smrkem</i>		577	232	103	42	119
Krásný Les	Frýdlant	403	198	114	59	49
Kunratice	Frýdlant	387	206	123	43	36
Lázně Libverda	N. Město p. S.	456	247	132	76	51
Mníšek	Chrastava	1063	579	346	95	117
<i>Fojtka</i>		198	474	65	18	29
<i>Mníšek</i>		865	105	281	77	88
Nová Ves	Chrastava	656	361	196	61	67
<i>Mlýnice</i>		28	13	10	4	5
<i>Nová Ves</i>		556	317	169	52	52
<i>Nová Víska</i>		9	4	2	2	3
<i>Růžek</i>		63	27	15	3	7
Nové Město pod Smrkem /POU	N. Město p. S.	4018	410	2070	749	294
<i>Hajniště</i>		212	22	110	46	13
<i>Ludvíkov pod Smrkem</i>		182	32	86	29	13
<i>Nové Město pod Smrkem</i>		3624	356	1874	674	268
Oldřichov v Hájích	Chrastava	454	243	150	52	59
<i>Filipka</i>		50	27	16	4	9
<i>Oldřichov v Hájích</i>		404	216	134	48	50
Pertoltice	Frýdlant	237	106	75	36	32
<i>Dolní Pertoltice</i>		164	75	51	27	13
<i>Horní Pertoltice</i>		73	31	24	9	19
Raspenava	Frýdlant	2847	1447	734	227	326
Višňová	Frýdlant	1338	672	361	95	154
<i>Andělka</i>		185	88	34	12	11
<i>Filipovka</i>		32	10	7	1	12
<i>Loučná</i>		17	7	6	2	3
<i>Minkovice</i>		124	58	35	3	20
<i>Poustka</i>		146	79	50	14	16
<i>Předlánece</i>		148	68	40	18	24
<i>Saň</i>		4	0	0	0	1
<i>Viska</i>		141	78	45	8	18
<i>Višňová</i>		541	284	144	37	49

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat firmy KORID LK

Příloha B1: Dotazník pro zaměstnavatele

Frýdlantsko - průzkum dopravních potřeb území

Název společnosti, adresa provozovny v regionu:
(přidejte poznámku, pokud je v regionu více Vašich provozoven,
přidejte samostatný formulář pro každou z provozoven)

1. Kolik zaměstnanců má vaše společnost?

(přidejte)

Případné upřesňující poznámky:	Hlavní (ranní) směna	Odpolední směna	Noční směna	Ostatní směny (kapit. 12 - ti kódyové, administrativní, THP, školní, ostatní, apod.)	
2. V kolik hodin je potřeba, aby zaměstnanci přicházeli do práce? (přidejte čas příjezdu ke vstupu / od vstupu do společnosti)					
3. V kolik hodin opouštějí zaměstnanci pracoviště? (přidejte čas odchodu z výjezdu / od vstupu do společnosti)					
4. Kolik je zaměstnanců v příslušné směně?					
5. Směna pracuje ve dnech:	Pondělí - Pátek				
(přidejte kódy: případně sepravidlaosti uvede do poznámek pod tabulkou)	Sobota				
	Neděle, státní svátek				

Prostor pro Vaše doplňující poznámky (další své požadavky a náměty týkající se veřejné dopravy můžete uvést do samostatné přílohy):

2



KORID LK, spol. s r.o.
Koordinátor veřejné dopravy Libereckého kraje, U Jezu 842/2a, 461 80 Liberec 2

KONTAKT:

Ing. Otto Poppiš, tel. 485 170 074, email: poppis@koridlk@kraj-lb.cz
Ing. Pavel Blázek, tel. 731 547 875, email: blazek.koridlk@kraj-lb.cz

Případné upřesňující poznámky:

Název obce: (uveďte alespoň veřejnou dopravu)	Počet zaměstnanců z příslušné obce:	Případné upřesňující poznámky:	ANO	NE	
Bližké okolí (dochází pěšky)					

O jaké linky se jedná? (uveďte trasy spojů)					
9. Provozujete neveřejnou linku ke svazu zaměstnanců k vám do podniku? (přidejte kódy: škola, nebo výmaza)	ANO	NE			

10. Prosíme o uvedení kontaktní osoby, se kterou můžeme v případě potřeby jednat: (přidejte přílohu dotaz, projednávat a dále ji lze dle potřeby)	Jméno	Telefon	Email

Datum vyplnění dotazníku:

Dotazník vyplnil(a) (podpis, případně razítko):

2



KORID LK, spol. s r.o.
Koordinátor veřejné dopravy Libereckého kraje, U Jezu 842/2a, 461 80 Liberec 2

KONTAKT:

Ing. Otto Poppiš, tel. 485 170 074, email: poppis@koridlk@kraj-lb.cz
Ing. Pavel Blázek, tel. 731 547 875, email: blazek.koridlk@kraj-lb.cz

Strana 2 (celkem 2)

Zdroj: KORID LK

Příloha B2: Anketa firmy KORID LK

Cestování s IDOLem

Dovolujeme si Vás oslovit s krátkým dotazníkem, s jehož pomocí bychom rádi zkvalitnili veřejnou dopravu na Frýdlantsku.

Popište, prosím, Vaše obvyklé cesty:

1. Odkud – kam :

.....
Popis cesty (např. potř. čas odjezdů a příjezdů)

.....
Cestuji (lze zaškrtnout více):

- ☐ PO-PÁ
- ☐ SO-NE
- ☐ NEPRAVIDELNĚ

Využívám tyto dopravní prostředky:

Os. automobil Vlak Autobus MHD Bicykl

2. Odkud – kam :

.....
Popis cesty (např. potř. čas odjezdů a příjezdů)

.....
Cestuji (lze zaškrtnout více):

- ☐ PO-PÁ
- ☐ SO-NE
- ☐ NEPRAVIDELNĚ

Využívám tyto dopravní prostředky:

Os. automobil Vlak Autobus MHD Bicykl

3. Odkud – kam :

.....
Popis cesty (např. potř. čas odjezdů a příjezdů)

.....
Cestuji (lze zaškrtnout více):

- ☐ PO-PÁ
- ☐ SO-NE
- ☐ NEPRAVIDELNĚ

Využívám tyto dopravní prostředky:

Os. automobil Vlak Autobus MHD Bicykl

4. Odkud – kam :

.....
Popis cesty (např. potř. čas odjezdů a příjezdů)

.....
Cestuji (lze zaškrtnout více):

- ☐ PO-PÁ
- ☐ SO-NE
- ☐ NEPRAVIDELNĚ

Využívám tyto dopravní prostředky:

Os. automobil Vlak Autobus MHD Bicykl

Víte, že tarif IDOL umožňuje při využití jízdy s čipovou kartou Opuscard cestovat za stejnou cenu vlakem, autobusem i MHD a při přestupování není nutné kupovat novou jízdenku?

- ☐ Ano, využívám pravidelně
- ☐ Ano, využívám nepravidelně (občas)
- ☐ Ano, ale nevyžívám
- ☐ Ne, ale nabídka mě zajímá (chci další informace)
- ☐ Ne, nabídka mě nezajímá / nevyžil(a) bych

Prostor pro Vaše připomínky a náměty (např. co Vám ve veřejné dopravě chybí, co je třeba zlepšit):

.....
.....
.....
.....
.....

KORID LK, spol. s r.o.

Zdroj: KORID LK

Příloha C1: Dotazník - Spokojenost s dopravou na Frýdlantsku

Cestování s IDOLem

Dovolují si Vás oslovit s krátkým dotazníkem, s jehož pomocí bude vyhodnocena spokojenost obyvatel Frýdlantska s veřejnou dopravou a jejím novinkami.

1. Prosím, uveďte Vaši obec či město _____
2. Vyberte z následujícího :
Jsem : ☐ STUDENT ☐ PRACUJÍCÍ ☐ DŮCHODCE ☐ JINÉ – Uveďte _____
Věk: ☐ 0-25 let ☐ 26- 64 ☐ 65 a více
3. Víte o existenci karty Opuscard (tarifního systému IDOL) a jejich výhodách ? ☐ ANO ☐ NE
(Pokud jste na tuto otázku odpověděli NE, vynechte otázky 3.1 a 4. a 4.1.)
 - 3.1. Jste vlastníkem karty Opuscard ? ☐ ANO ☐ NE
 - 3.2. Jak často využíváte tuto kartu ? ☐ PRAVIDELNĚ ☐ PŘÍLEŽITOSTNĚ ☐ NEVYUŽÍVÁM
 - 3.3. Víte, že tarif IDOL umožňuje při využití jízdy s čipovou kartou Opuscard cestovat za stejnou cenu vlakem, autobusem i MHD a při přestupování není nutné kupovat novou jízdenku. ☐ ANO ☐ NE
4. Prosím, vyplňte odkud – kam nejčastěji cestujete

Odkud – kam :

- Cestuji (lze zaškrtnout více):
☐ PO-PÁ ☐ SO-NE ☐ NEPRAVIDELNĚ
- Využívám tyto dopravní prostředky:
☐ OA* ☐ Vlak ☐ Autobus ☐ MHD
- Vyhovuje Vám četnost spojů ?
☐ ANO ☐ NE
- Vyhovují Vám časy spojů ?
☐ ANO ☐ NE

Pokud NE, prosím uveďte, kdy spoje postrádáte.

*OA – osobní automobil

Odkud – kam :

- Cestuji (lze zaškrtnout více):
☐ PO-PÁ ☐ SO-NE ☐ NEPRAVIDELNĚ
- Využívám tyto dopravní prostředky:
☐ OA* ☐ Vlak ☐ Autobus ☐ MHD
- Vyhovuje Vám četnost spojů ?
☐ ANO ☐ NE
- Vyhovují Vám časy spojů ?
☐ ANO ☐ NE

Pokud NE, prosím uveďte, kdy spoje postrádáte.

5. V roce 2011 proběhl projekt Optimalizace veřejné dopravy na Frýdlantsku, byli jste včasné a dostatečně seznámeni s touto novinkou ? (Pokud jste na tuto otázku odpověděli NE, přeskočte otázku 5.1.) ☐ ANO ☐ NE
 - 5.1. Jakým způsobem jste byli s novinkou Optimalizace seznámeni ?
☐ HOSTESKY VE VLACÍCH ☐ INTERNET ☐ PLAKÁTY ☐ MÉDIA (rádio, tv)
☐ JINÉ, prosím Uveďte _____
6. Využíváte vlakovou dopravu ? (Pokud jste na tuto otázku odpověděli NE, přeskočte otázku 6.1.) ☐ ANO ☐ NE
 - 6.1. Jste spokojeni s novými vlaky od švýcarského dodavatele Stadler Rail ? ☐ ANO ☐ NE
7. Jaká je Vaše celková spokojenost s dopravou na Frýdlantsku ? (Ohodnotte jako ve škole 1-5)
8. Prosím uveďte Vaše připomínky, návrhy, stížnosti. (Co ve veřejné dopravě postrádáte, co je potřeba změnit, zlepšit, jakým způsobem se Vás změny dotkly... ?) _____

Zdroj: vlastní